

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่ง
ขอนำเสนอสาระสำคัญตามลำดับ ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจขนาดย่อม
 - 1.1 ความหมายของธุรกิจขนาดย่อม
 - 1.2 ประเภทของธุรกิจขนาดย่อม
 - 1.3 ความสำคัญของธุรกิจขนาดย่อม
 - 1.4 บทบาทของธุรกิจขนาดย่อม
 - 1.5 ความสำเร็จและความล้มเหลวของธุรกิจขนาดย่อม
 - 1.6 ข้อได้เปรียบของธุรกิจขนาดย่อม
 - 1.7 ข้อเสียเปรียบของธุรกิจขนาดย่อม
2. แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ
 - 2.1 ความหมายของผู้ประกอบการ
 - 2.2 ลักษณะของผู้ประกอบการ
3. ธุรกิจขนาดย่อมในจังหวัดลพบุรี
 - 3.1 สถานการณ์ธุรกิจขนาดย่อมโดยทั่วไป
 - 3.2 ภารกิจหลักธุรกิจขนาดย่อมในจังหวัดลพบุรี
4. คุณลักษณะสำคัญที่ประสบผลสำเร็จตามทัศนะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม
 - 4.1 ลักษณะกล้าเสี่ยง
 - 4.2 ลักษณะเป็นตัวของตัวเอง
 - 4.3 ลักษณะมีนวัตกรรม
 - 4.4 ลักษณะการแข่งขัน
 - 4.5 ลักษณะการเรียนรู้
 - 4.6 ลักษณะความสำเร็จ
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 5.1 งานวิจัยในประเทศ
 - 5.2 งานวิจัยต่างประเทศ

แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจขนาดย่อม

1. ความหมายของธุรกิจขนาดย่อม

ธุรกิจขนาดย่อมมีผู้ให้ความหมายไว้ ดังนี้

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท, และสุนี เลิศแสวงกิจ (2547, หน้า 2) กล่าวว่า ธุรกิจขนาดย่อมหมายถึง ธุรกิจที่เป็นอิสระมีเอกชนเป็นเจ้าของดำเนินการโดยเจ้าของเองไม่เป็นเครื่องมือของธุรกิจใด และไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของบุคคลหรือธุรกิจอื่น

สุสดี รุมาคม, และเกศินี วิฑูรชาติ (2548, หน้า 4) กล่าวว่า ธุรกิจขนาดย่อมหมายถึง การบริหารงานเป็นอิสระและเจ้าของกิจการเป็นผู้บริหารงานเอง หรือบุคคลคนเดียว หรือกลุ่มเล็กกลุ่มหนึ่งจัดหาเงินทุนและเป็นเจ้าของธุรกิจ ขอบเขตการดำเนินงานอยู่ในท้องถิ่น เป็นส่วนมาก พนักงานและเจ้าของธุรกิจอาศัยอยู่ในชุมชนเดียวกัน

สมชาย หิรัญภักดี, และ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2548, หน้า 9) กล่าวว่า ธุรกิจขนาดย่อมหมายถึง ธุรกิจที่มีคนงานน้อยกว่า 500 คน เป็นธุรกิจเจ้าของมีอิสระในการบริหารงานด้วยตนเอง และเป็นธุรกิจที่ไม่ใช่ผู้นำภายในอุตสาหกรรมนั้น

สมใจ สุวรรณผิว, และชนิษฐา ไทยพิทักษ์ (2549, หน้า 2) กล่าวว่า ธุรกิจขนาดย่อมหมายถึง ธุรกิจที่ผู้ประกอบการดำเนินการกิจการด้วยตนเอง มีการจำกัดสินทรัพย์เงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินการ และผลผลิตที่ได้

วรรณารท แสงมณี (2549, หน้า 2-15) กล่าวว่า ธุรกิจขนาดย่อม หมายถึง ธุรกิจเล็กที่ตั้งโดยบุคคลคนเดียวหรือกลุ่มบุคคลไม่มาก มีสินทรัพย์ของกิจการค่อนข้างจำกัด และบริหารงานอย่างอิสระด้วยตัวเจ้าของเอง ซึ่งอาจมีลูกจ้างพนักงานจำนวนหนึ่งมาช่วยดำเนินงาน

จิระภา สุขเกษม (2549, หน้า 2) กล่าวว่า ธุรกิจขนาดย่อม หมายถึง ธุรกิจที่มีทุนดำเนินงานไม่มาก และเป็นธุรกิจที่มีขนาดเล็กมีพนักงานไม่มาก มียอดขายต่ำมีผลจากการลงทุนต่ำ

รังสิมา มั่นใจอารีย์ (2549, หน้า 2) กล่าวว่า ธุรกิจขนาดย่อม หมายถึง ธุรกิจที่เป็นอิสระมีเอกชนเป็นเจ้าของดำเนินการโดยเจ้าของเอง ไม่เป็นเครื่องมือของธุรกิจใด และไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของธุรกิจอื่น

สุรียพร สาณกุล (2549, หน้า 13) กล่าวว่า ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือที่นิยมเรียกกันว่า เอสเอ็มอี (small and medium enterprises) ตามความหมายของคณะกรรมการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศสหรัฐอเมริกา (the committee for economic development : CED) ได้กำหนดเกณฑ์ของธุรกิจขนาดย่อมไว้ว่า กิจการนั้นควรมีลักษณะ 2 ประการ จาก 4 ประการต่อไปนี้

1. มีการบริหารงานเป็นอิสระ
2. เจ้าของเงินทุนและเจ้าของธุรกิจเป็นบุคคลคนเดียวกัน หรือกลุ่มบุคคลไม่กี่คน
3. การดำเนินการกิจการกระทำในท้องถิ่นที่กิจการตั้งอยู่ โดยเจ้าของกิจการและพนักงานอาศัยในท้องถิ่นนั้น

4. เมื่อเปรียบเทียบจำนวนพนักงาน ยอดขาย หรือทรัพย์สินแล้ว มีมูลค่าและขนาดเล็กกว่าธุรกิจประเภทเดียวกันที่มีขนาดใหญ่

สุรตานต์ รักษาพันธ์ ณ หนองคาย (2549, หน้า 1) กล่าวว่า ธุรกิจขนาดย่อม หมายถึง การดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจใด เช่น การผลิต การจำหน่ายและการบริการ ธุรกิจต้องมีวัตถุประสงค์ เพื่อมุ่งแสวงหากำไรอยู่เสมอ

อุไรวรรณ บุญอาจ, และไพรินทร์ แยมจินดา (2549, หน้า 2) ได้กล่าวว่า ความหมายธุรกิจขนาดย่อม หมายถึง วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความหมายควบคุมกิจการ 3 ประเภท คือ

1. กิจการการผลิต ครอบคลุมการผลิตภาคอุตสาหกรรม เหมืองแร่ และรวมถึงการผลิตภาคเกษตรกรรม โดยเฉพาะกิจการแปรรูปการเกษตร
2. กิจการการค้า ประกอบด้วย การค้าส่งและการค้าปลีก ซึ่งรวมถึงการนำเข้าและส่งออก
3. กิจการบริการ เป็นกิจการที่สนับสนุนธุรกิจการผลิต การค้า และการอำนวยความสะดวกต่อการผลิต การค้า และการบริโภค เช่น การโรงแรม การท่องเที่ยว การซ่อมบำรุง การเก็บรักษา การขนส่ง การบิน การเสริมสวย เป็นต้น

จากความหมายดังกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่า ธุรกิจขนาดย่อม หมายถึง ธุรกิจขนาดเล็กดำเนินกิจการทางเศรษฐกิจเป็นการผลิต การจำหน่าย และการบริการ มีการบริหารงานเป็นอิสระด้วยตัวเจ้าของเอง ไม่เป็นเครื่องมือของธุรกิจใดและไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของบุคคลหรือธุรกิจทั่วไป ดังนั้นการบริหารงานธุรกิจขนาดย่อมให้ประสบความสำเร็จขึ้นอยู่กับเจ้าของธุรกิจเป็นสำคัญ

2. ประเภทของธุรกิจขนาดย่อม

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท, และสุนี เลิศแสวงกิจ (2547, หน้า 4-5) ได้กล่าวถึงประเภทของธุรกิจขนาดย่อมว่า

1. ธุรกิจการผลิตหรืออุตสาหกรรม (manufacturing) เป็นสินค้าอุปโภค (consumer goods) หรือสินค้าของผู้ผลิต (producer goods) แล้วแต่กรณีผลผลิตจะนำออกขายโดยตรงแก่ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก และผู้อุปโภคบริโภคโดยตรง
2. ธุรกิจค้าส่ง (wholesaling) ผู้ค้าส่งเป็นคนกลางระหว่างผู้ผลิตกับผู้ค้าปลีกซึ่งปกติจะรับซื้อสินค้าจากผู้ผลิตหลายราย
3. ธุรกิจการค้าปลีก (retailing) ผู้ค้าปลีกซื้อสินค้าจากผู้ผลิตหรือผู้ค้าส่งและนำออกมาขายให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง
4. ธุรกิจบริการ (business services) เป็นธุรกิจที่เสนอบริการแก่ผู้ผลิต ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก และผู้อุปโภคบริโภค

มุสตี รุมาคม, และเกตินี วิฑูรชาติ (2548, หน้า 7) กล่าวว่า ธุรกิจขนาดย่อมมีอยู่ในภาคเอกชนทุกภาคของระบบเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตามความสำคัญของธุรกิจขนาดย่อมแตกต่างกันไปตามประเภทธุรกิจ จำแนกประเภทธุรกิจขนาดย่อมที่สำคัญเป็นธุรกิจการผลิต ธุรกิจจำหน่าย และธุรกิจให้บริการ มีรายละเอียดดังนี้

1. ธุรกิจการผลิต เป็นธุรกิจที่ได้รับวัตถุดิบหนึ่งหลังจากการแปรสภาพวัตถุดิบ ธุรกิจจำหน่ายเป็นสินค้าในลักษณะที่เปลี่ยนแปลงไป ถึงธุรกิจขนาดใหญ่ครอบครองการผลิตมีช่องว่างที่ธุรกิจขนาดย่อมสามารถแทรกเข้าไปได้ ธุรกิจขนาดใหญ่บรรลุประสิทธิภาพมากที่สุด ในอุตสาหกรรมที่มีฐานะมั่นคง ซึ่งมีตลาดขนาดใหญ่ไว้รองรับสินค้า ที่มีต้นทุนต่อหน่วยต่ำ มีการพัฒนาวิทยาการและการเปลี่ยนไปใช้เครื่องจักรจนมีประสิทธิภาพอยู่ในระดับสูง แต่เป็นอุตสาหกรรมที่ต้องการเงินลงทุนจำนวนมาก และมีนโยบายว่าต้องผลิตสินค้าที่มีมาตรฐาน และเป็นสินค้าที่ไม่แตกต่างกัน ระบบการผลิตขนาดใหญ่อาศัยโรงงานการผลิตขนาดเล็กในการจัดหาวัสดุและส่วนประกอบอื่น ผู้ผลิตรายใหญ่ที่คงอยู่ได้เป็นผู้ผลิตให้โอกาสหลายอย่างที่มีอยู่แก่ผู้ผลิตที่มีขนาดเล็ก อุตสาหกรรมที่มีการผลิตขนาดใหญ่เป็นผู้ประกอบสินค้าของผู้ผลิตขนาดเล็กเป็นจำนวนมากที่ผลิตสินค้าเฉพาะอย่าง สินค้าที่มีการผลิตขนาดใหญ่ เช่น รถยนต์ ตู้เย็น วิทยุ และโทรทัศน์ มีส่วนประกอบตั้งแต่สองสามร้อยชนิดจนถึงหลายชนิด โดยเฉลี่ยธุรกิจขนาดใหญ่แต่ละแห่งสั่งซื้อวัสดุ และชิ้นส่วนจากธุรกิจขนาดย่อมหลายร้อยประเภทที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้ประกอบธุรกิจขนาดย่อมอิสระจึงมีโอกาสมากที่สุดในการผลิตสินค้าของผู้ผลิต

2. ธุรกิจการจำหน่าย ร้านค้าปลีกเป็นองค์การธุรกิจที่มีเป็นจำนวนมากกว่าองค์การธุรกิจประเภทอื่น ร้านค้าปลีกส่วนใหญ่มีขนาดเล็ก ซึ่งจากการประมาณปรากฏว่า ร้านค้าปลีก 7 ร้านใน 10 ร้านมีพนักงานน้อยกว่า 5 คนหรือไม่มีเลยและร้านค้าปลีกมากกว่า 90 เปอร์เซ็นต์ มีพนักงานน้อยกว่า 20 คน แม้ร้านสรรพสินค้าขนาดใหญ่ ร้านแบบลูกโซ่และการขายสินค้าทางไปรษณีย์จะรุกล้ำเข้ามาในตลาดการค้าปลีก ยังเป็นการประกอบธุรกิจอิสระขนาดเล็กเป็นจำนวนมาก ธุรกิจขนาดย่อมครอบครองการค้าส่ง การค้าส่งมีจำนวนน้อยกว่าการค้าปลีก การเติบโตของการค้าส่งไม่ทันกับการเพิ่มขึ้นของประชาชน เนื่องจากร้านค้าปลีกแบบสัมปทานที่มีอำนาจในการรับสินค้ามากจำหน่ายผู้เดียว (franchising) ตัวแทนจำหน่ายของผู้ผลิต และพ่อค้าปลีกรวมกันขนาดใหญ่ เช่น ร้านค้าแบบลูกโซ่ ร้านสรรพสินค้า และการขายสินค้าทางไปรษณีย์ (mail-order house) ได้เข้ามาทำหน้าที่แทนการค้าส่ง

3. ธุรกิจให้บริการ เป็นธุรกิจที่เสนอบริการที่แตกต่างกันหลายร้อยชนิดแก่ผู้บริโภค หน่วยงานรัฐบาลองค์การที่ไม่มีเป้าหมายด้านกำไร และธุรกิจอื่น ธุรกิจให้บริการ มีพนักงานเป็นช่างเทคนิค และผู้ได้รับการฝึกอบรมจนมีความชำนาญ เพื่อประกอบอาชีพด้านนี้ ธุรกิจให้บริการไม่รวมถึงการขนส่ง การสื่อสาร และการสาธารณสุข ได้แก่ รถไฟ สายการบิน โทรทัศน์ โทรเลข การไฟฟ้า และกิจการที่ผูกขาดตามธรรมชาติ เนื่องจากลักษณะสำคัญของ

ธุรกิจให้บริการคือ ธุรกิจขนาดเล็กส่วนใหญ่ต้องการการลงทุนเริ่มแรกเท่านั้นและต้องอาศัยการควบคุมดูแลของเจ้าของอย่างใกล้ชิด

สมชาย หิรัญกิตติ, และศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2548, หน้า 12-16) กล่าวถึงประเภทของธุรกิจขนาดย่อมว่า ธุรกิจขนาดย่อมแบ่งได้ 5 ประเภท คือ

1. ธุรกิจการผลิต เป็นธุรกิจที่เปลี่ยนรูปวัตถุดิบให้เป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปด้วยกระบวนการผลิต จึงเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องใช้วัตถุดิบในการแปรรูปให้เป็นสินค้าเพื่อการอุตสาหกรรมและสินค้าอุปโภคบริโภค มีสินค้าจำนวนไม่น้อยที่ผลิตขึ้นมาจำหน่ายเอง โดยใช้เครื่องจักรในการแปรรูป ใช้แรงงานและมีมือในการแปรรูป

2. ธุรกิจเหมืองแร่ เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการขุดหาทรัพยากรธรรมชาติแหล่งแร่วัตถุดิบจากพื้นดินที่เป็นโลหะทุกชนิดทุกประเภท ได้แก่ เพชร พลอย อัญมณี ถ่านหิน น้ำมันดิบ ก๊าซธรรมชาติ หินปูน แร่เหล็ก สังกะสี และแร่ธาตุ ซึ่งแหล่งในการทำธุรกิจที่อยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบชนิดนั้น โดยขึ้นอยู่กับพื้นที่ว่าแหล่งใดมีแร่ชนิดใดมาก

3. ธุรกิจค้าส่ง หมายถึง ธุรกิจที่คนกลางดำเนินการโดยขายสินค้าต่อให้แก่คนงานอื่นและผู้ใช้ในอุตสาหกรรมและพาณิชย์กรรมเป็นจำนวนมาก แต่ไม่ขายให้แก่ผู้บริโภคคนสุดท้ายหรือเป็นการจัดจำหน่ายสินค้า ทั้งสินค้าอุปโภคบริโภค และสินค้าอุตสาหกรรม ในปริมาณมาก ส่วนด้านการตลาดมีช่องทางการจัดจำหน่ายให้แก่ร้านค้าปลีก โดยให้ผลตอบแทนที่เหมาะสม สำหรับแหล่งค้าส่งสินค้าประเภทอุปโภคบริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ย่านสำเพ็ง เขาวราช ตลาดโบ๊เบ๊ เป็นต้น

4. ธุรกิจค้าปลีก หมายถึง ธุรกิจที่ขายสินค้าจำนวนเล็กน้อยแก่ผู้บริโภคคนสุดท้ายโดยตรง และเป็นคนกลางระหว่างผู้ผลิต ผู้ค้าส่งกับผู้บริโภคคนสุดท้าย กิจกรรมทั้งสิ้นเกี่ยวข้องโดยตรงกับการขายสินค้าและหรือบริการให้ผู้บริโภคคนสุดท้าย

5. ธุรกิจบริการ หมายถึง กิจการที่จำหน่ายสินค้าในรูปบริการให้แก่ผู้บริโภคหรือผู้ผลิต ธุรกิจบริการส่วนใหญ่ไม่มีตัวตน และถูกบริโภคขณะเดียวกับที่ผลิตขึ้นมา ธุรกิจบริการเป็นธุรกิจที่มีจำนวนน้อย มีลักษณะการบริการที่แตกต่างกันหลายอย่าง เป็นการhemazay เช่น การท่องเที่ยว คีตค่าบริการในลักษณะhemazayโดยรวมค่านาเที่ยว ค่าที่พัก ค่าพาหนะ ค่าอาหาร และสิ่งอำนวยความสะดวก

อุไรวรรณ บุญอาจ, และไพรินทร์ แยมจินดา (2549, หน้า 3-4) ได้กล่าวถึงประเภทธุรกิจขนาดย่อมจำแนกออกได้เป็น 3 ประเภท คือ

1. ธุรกิจการผลิต เป็นธุรกิจที่มีการส่งวัตถุดิบมาในรูปหนึ่งแปรรูปให้เป็นสินค้าด้วยกระบวนการผลิต กิจการนี้เรียกว่า ธุรกิจการผลิตครอบคลุมไปถึงการผลิตสินค้า คหกรรม ศิลปกรรม เกษตรกรรม และอุตสาหกรรม รวมถึงธุรกิจบรรจุกภัณฑ์

2. ธุรกิจพ่อค้าคนกลางหรือธุรกิจการจัดจำหน่าย ทำหน้าที่รับสินค้าจากผู้ผลิตนำมา จัดจำหน่ายขายให้ผู้บริโภคเป็นคนสุดท้ายในรูปของการขายปลีก ทำหน้าที่ขายสินค้าให้แก่ผู้ทำการค้า โดยนำไปขายปลีกให้ผู้บริโภค เรียกว่า ระบบขายส่ง

3. ธุรกิจบริการ เป็นธุรกิจที่สามารถเริ่มดำเนินการได้ง่ายเพราะใช้เงินลงทุนน้อย เทียบกับธุรกิจขนาดเล็กประเภทอื่น ประเภทธุรกิจบริการทั่วไปจะเป็นการให้บริการกับสินทรัพย์ของลูกค้าและผู้ให้บริการ คือ การคมนาคมขนส่ง ร้านตัดผม การบริการทางสาธารณสุขปโภคร้านเสริมสวย ร้านอาหาร การบริการซ่อมแซม

สรุปได้ว่าประเภทธุรกิจขนาดย่อมมีประเภทหลักดังนี้ 1) ธุรกิจการผลิตหรืออุตสาหกรรมซึ่งผลผลิตเป็นสินค้าอุปโภคหรือสินค้าของผู้ผลิต โดยนำออกจำหน่ายแก่ผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีกโดยตรง 2) ธุรกิจค้าส่งและธุรกิจค้าปลีก ผู้ค้าส่งเป็นคนกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้ค้าปลีกเป็นผู้ที่ซื้อสินค้าไปจำหน่ายให้แก่ประชาชนโดยตรง 3) ธุรกิจบริการเป็นธุรกิจที่ผู้ประกอบการให้การต้อนรับแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการให้กับลูกค้า และพึงพอใจกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

3. ความสำคัญของธุรกิจขนาดย่อม

ความสำคัญของธุรกิจขนาดย่อมมีนักวิชาการนำไปเขียนกล่าวไว้ ดังนี้

ตำราศักดิ์ ชัยสนิท, และสุนี เลิศแสวงกิจ (2547, หน้า 8 – 9) กล่าวไว้ว่า ธุรกิจขนาดย่อมมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและต่อการพัฒนาประเทศ

1. ความสำคัญต่อเศรษฐกิจ

1.1 ความสัมพันธ์และการพึ่งพาอาศัยระหว่างธุรกิจขนาดย่อมและธุรกิจขนาดใหญ่ คือ ต้องอาศัยธุรกิจขนาดใหญ่ที่ผลิตในปริมาณมาก (mass production) จำเป็นต้องพึ่งพ่อค้าคนกลางทั้งพ่อค้าส่งและพ่อค้าปลีกในการจัดจำหน่ายสินค้าที่ผลิตขึ้นมา ในอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ และต้องพึ่งพาธุรกิจขนาดย่อมในการผลิตชิ้นส่วน หรือจัดหาวัตถุดิบที่จำเป็นมาใช้ในกระบวนการผลิตของธุรกิจขนาดใหญ่เช่นเดียวกัน

1.2 ส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันในระบบการค้าเสรี ในเรื่องราคา การให้บริการ คุณภาพ การพัฒนาสินค้าใหม่ และการให้สินเชื่อ

1.3 ธุรกิจขนาดย่อมเป็นแหล่งทดลองสินค้าและความคิดใหม่ เป็นแหล่งที่เกิดของความคิดและผลิตภัณฑ์ใหม่ และทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเสมอ ซึ่งในธุรกิจขนาดใหญ่จะไม่กล้าเสี่ยงลงทุนเกี่ยวกับสิ่งใหม่ที่อาจไม่เป็นที่ยอมรับของตลาดจึงรอให้ธุรกิจขนาดย่อมเป็นผู้พิสูจน์สิ่งใหม่ก่อนจนกว่าจะมั่นใจ

2. ความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ

2.1 ทำให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เพราะทรัพยากรมีอยู่อย่างจำกัดจึงต้องมีการพิจารณานำมาใช้ในการผลิตสินค้าและบริการอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นจึงมีการนำวิทยาการต่างๆ เข้ามาใช้ในการผลิต เกิดเป็นธุรกิจขนาดย่อม แทนธุรกิจในครัวเรือนอย่างสมัยก่อน

2.2 ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาความสามารถในการประกอบการ ธุรกิจขนาดย่อมสามารถให้โอกาสแก่ผู้ประกอบการที่มีความคิดสร้างสรรค์ และต้องการแสวงหาความก้าวหน้าในชีวิตเข้ามาพิสูจน์ความสามารถ และมีโอกาสในการพัฒนาประสิทธิภาพ ด้วยเงินทุนเริ่มแรกที่ไม่สูงมาก

2.3 ช่วยในการระดมทุนจากญาติสนิทมิตรสหาย ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมอาศัยการรวบรวมเงินทุนจากญาติพี่น้อง เพื่อนฝูงเข้ามาใช้ในการดำเนินการ เป็นการช่วยให้ระบบเศรษฐกิจมั่นคงขึ้น

สมใจ สุวรรณผิว, และชนิษฐา ไทยพิทักษ์ (2549, หน้า 8) ได้กล่าวถึงความสำคัญของธุรกิจขนาดย่อมไว้ดังนี้

1. ความสำคัญของธุรกิจขนาดย่อมที่มีต่อผู้บริโภค
 - 1.1 ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อได้ตามความต้องการ
 - 1.2 ช่วยให้ผู้บริโภคได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าได้ถูกต้อง ซึ่งเกิดจากการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การโฆษณา การจัดแสดงสินค้า
 - 1.3 ช่วยอำนวยความสะดวกในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคให้มากขึ้น เพราะปัจจุบันผู้ดำเนินธุรกิจขนาดย่อมจะคำนึงถึงการให้บริการในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านการคมนาคม ทำให้ที่ตั้งต้องสะดวกมีที่จอดรถ
 - 1.4 ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าได้ในราคาประหยัด

2. ธุรกิจขนาดย่อมช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อชุมชน ช่วยสร้างความเจริญให้แก่ชุมชน

3. ธุรกิจขนาดย่อมมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศโดยรวม เพราะเป็นการสร้างงาน ลดปัญหาการว่างงาน ทำให้ประชาชนมีรายได้

รังสิมา มั่นใจอารีย์ (2549, หน้า 4-5) กล่าวว่า ธุรกิจขนาดย่อมมีการบริหารงานอย่างอิสระ มีเงินทุนในการดำเนินงานจำกัด ขอบเขตการดำเนินงานในเขตพื้นที่เท่านั้น ดังนั้นความสำคัญของธุรกิจขนาดย่อมมีต่อระบบเศรษฐกิจ และต่อการพัฒนาประเทศ ทั้ง 2 ประการนี้ช่วยให้ธุรกิจขนาดย่อมดำเนินได้ต่อไปให้มีความเจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้นไป

อุไรวรรณ บุญอาจ, และไพรินทร์ แยมจินดา (2549, หน้า 9) กล่าวว่า ธุรกิจขนาดย่อมสามารถทำได้ง่าย ใช้เงินทุนที่ไม่มากในการดำเนินกิจการให้เจริญเติบโตมากขึ้น ให้ความคล่องตัวในการบริหารควบคุมกิจการอย่างดีทั้งด้านการผลิต การบริการ และการจัดจำหน่ายให้มีการตอบสนองได้อย่างรวดเร็ว เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและพัฒนาไปสู่การผลิตสินค้าให้มีลักษณะเฉพาะ แม้เกิดสถานการณ์วิกฤติความเสียหายไม่เท่ากับธุรกิจขนาดใหญ่ เพราะธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีจำนวนมากและหลายประเภท

จากการศึกษาความสำคัญของธุรกิจขนาดย่อมสรุปได้ว่า ธุรกิจขนาดย่อมมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจต้องอาศัยทั้งธุรกิจขนาดย่อมและขนาดใหญ่ ช่วยส่งเสริมระบบการค้า

เสรี ทั้งด้านราคา การให้บริการ คุณภาพการพัฒนาสินค้าใหม่ ธุรกิจขนาดย่อมจึงมีประโยชน์ต่อ เศรษฐกิจให้ก้าวหน้าไปอีก ส่วนการพัฒนาประเทศ ทำให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและอย่างจำกัด จึงต้องมีการนำมาใช้ในการผลิตสินค้าและบริการ และมีการ ส่งเสริมความสามารถในการประกอบการให้มีความคิดสร้างสรรค์ และการระดมทุนจากบุคคลใน ครอบครัว โดยเฉพาะญาติมิตรสหายเป็นผู้รวบรวมเงินทุนในการดำเนินกิจการเข้ามา ช่วยให้ เศรษฐกิจมีความมั่นคง และความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ

4. บทบาทของธุรกิจขนาดย่อม

การที่ธุรกิจขนาดย่อมตั้งอยู่ทั่วของประเทศ และมีสัดส่วนอยู่ในอุตสาหกรรมหลัก ทุกประเภท นอกจากจะทำหน้าที่ในการผลิตสินค้าและบริการจนมีสัดส่วนที่สำคัญในผลิตภัณฑ์ มวลรวมภายในประเทศ ธุรกิจขนาดย่อมมีบทบาทในการสนับสนุนระบบเศรษฐกิจโดยส่วนรวม ด้านอื่นอีกด้วย เช่น ด้านการสร้างงาน การประดิษฐ์คิดค้น การกระตุ้น การแข่งขันการสนับสนุน ธุรกิจขนาดใหญ่ การผลิตสินค้าและบริการอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งมีนักวิชาการหลายท่านได้ กล่าวถึงบทบาทของธุรกิจขนาดย่อม ดังนี้

จิระภา สุขเกษม (2549, หน้า 17-18) กล่าวว่า บทบาทของธุรกิจขนาดย่อม มีดังนี้

1. มีการจ้างงาน
2. มีการระดมเงินทุน
3. ใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด
4. เป็นพื้นฐานของกิจการขนาดใหญ่
5. สร้างความมั่นคงให้แก่ประเทศชาติ
6. เป็นสิ่งที่สร้างสมประสพการณ์
7. เป็นการทดลองแผนการใหม่

อุไรวรรณ บุญอาจ, และไพรินทร์ แยมจินดา (2549, หน้า 15-16) ธุรกิจขนาดย่อมหรือ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นวิสาหกิจที่มีความเหมาะสม มีความคล่องตัวในการปรับสภาพ ให้เข้ากับสถานการณ์ทั่วไปของประเทศ ทั้งยังเป็นวิสาหกิจที่ใช้เงินทุนในจำนวนที่ต่ำกว่าวิสาหกิจ ขนาดใหญ่ และช่วยรองรับแรงงานจากภาคเกษตรกรรมบทบาทของธุรกิจขนาดย่อมมีดังนี้

1. บทบาทในการจ้างงาน ธุรกิจขนาดย่อมมีส่วนช่วยในการจ้างงานเพิ่มขึ้น เพราะกิจการอื่นมากกว่าร้อยละ 90 เป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
2. บทบาทในการสร้างมูลค่าในผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ซึ่งเป็นมูลค่าเพิ่มที่ เกิดขึ้นจากธุรกรรมการผลิตสินค้า การจัดจำหน่าย และการให้บริการอื่น
3. บทบาทในการส่งออกและสร้างเงินตราต่างประเทศ
4. บทบาทในการผลิตสินค้าและบริการสนองความต้องการในประเทศ เพื่อ ทดแทนการนำเข้า เป็นการช่วยประหยัดเงินตราต่างประเทศ
5. บทบาทในฐานะเป็นแหล่งสร้างเสริมประสพการณ์ของนักลงทุนหน้าใหม่

6. บทบาทในส่วนการเชื่อมโยงสนับสนุนการประกอบธุรกิจทางเศรษฐกิจ
7. บทบาทในฐานะโรงเรียนฝึกวิชาชีพและทักษะฝีมือแรงงานขั้นต้น โดยรับแรงงานเข้ามาทำงานพร้อมฝึกฝนให้เกิดทักษะฝีมือวิชาชีพและทักษะฝีมือแรงงาน

อำนาจ ชีระวนิช (2549, หน้า 14-16) ได้กล่าวถึงบทบาทของธุรกิจขนาดย่อม มีดังนี้

1. การสร้างงานใหม่ การที่แนวโน้มในด้านขนาดธุรกิจในปัจจุบันโน้มเอียงไปที่ธุรกิจขนาดย่อม เนื่องจากมีความได้เปรียบในการตอบสนองต่อผู้บริโภคได้ดีกว่า ดังนั้นทำให้ธุรกิจขนาดย่อมเป็นแหล่งสร้างงานใหม่ เพื่อรองรับการเจริญเติบโตของประชากรและเศรษฐกิจของประเทศ

2. การประดิษฐ์คิดค้น ผลิตภัณฑ์ใหม่ซึ่งเกิดจากการค้นคว้าวิจัยโดยองค์กรธุรกิจ ขนาดใหญ่ช่วยยกระดับมาตรฐานชีวิตให้กับประชากร แต่สำหรับความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์เป็นจำนวนมากกลับปรากฏหลักฐานว่า เกิดจากนักลงทุนอิสระและธุรกิจขนาดย่อม

3. การกระตุ้นการแข่งขันทางเศรษฐกิจ นักเศรษฐศาสตร์เริ่มตั้งแต่ อัดัม สมิท (Adam Smith) ได้อธิบายถึงสภาพการแข่งขันทางเศรษฐกิจเกิดจากแรงผลักดันด้านผลประโยชน์ส่วนบุคคล ดังนั้นกฎแห่งการแข่งขันจึงเป็นผลมาจากความเห็นแก่ตัวของมนุษย์ผู้ผลิตมีเพียง 2-3 ราย ที่เป็นธุรกิจขนาดใหญ่ อุตสาหกรรมขาดการแข่งขันในการพัฒนาทางเทคโนโลยี หากไม่มีธุรกิจอื่นเข้ามาแข่งขันรายใหม่ ธุรกิจที่มีอยู่ใช้อำนาจผูกขาดไปในทางที่ผิด ดังนั้นจำเป็นต้องมีธุรกิจขนาดย่อมเข้ามาแข่งขันในตลาด

4. การสนับสนุนธุรกิจขนาดใหญ่ ความเป็นจริงหน้าที่ทางธุรกิจบางหน้าที่เหมาะสำหรับการดำเนินงานแบบธุรกิจขนาดย่อม หากธุรกิจขนาดย่อมต้องออกจากระบบเศรษฐกิจไป ธุรกิจขนาดใหญ่ต้องประสบปัญหาในด้านประสิทธิภาพการดำเนินงาน โดยทั่วไปธุรกิจ 2 หน้าที่ ธุรกิจขนาดย่อมสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ ได้แก่ หน้าที่การจัดจำหน่าย (distribution function) และหน้าที่การจัดหา (supply function)

5. การผลิตสินค้าและบริการอย่างมีประสิทธิภาพ ในการพิจารณาถึงบทบาทของธุรกิจขนาดย่อมในด้านประสิทธิภาพการดำเนินงานนั้น กฎเกณฑ์ทางเศรษฐศาสตร์ที่บอกถึงประสิทธิภาพการประหยัดเกิดจากขนาดของเศรษฐศาสตร์ (economies of scale) ซึ่งจะผันแปรไปตามธรรมชาติของแต่ละอุตสาหกรรม ธุรกิจขนาดใหญ่มีประสิทธิภาพ การผลิตรถยนต์ดีกว่า ธุรกิจขนาดย่อม แต่สำหรับกิจการซ่อมรถยนต์ธุรกิจขนาดย่อมสามารถดำเนินงานได้ดีกว่า

สุรียพร สาณกุล (2549, หน้า 18 - 19) ธุรกิจขนาดย่อมมีบทบาทในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ดังนี้

1. มีการสร้างงาน การจ้างแรงงานเพิ่มขึ้นช่วยให้เศรษฐกิจมีการหมุนเวียนเพราะธุรกิจมีความเจริญและมีความต้องการแรงงานด้านอื่นเพิ่มขึ้น

2. มีการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ มีนวัตกรรมหรือการคิดสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าที่สามารถใช้ทดแทนสินค้าต่างประเทศที่ต้องนำเข้า ช่วยประหยัดเงินตราต่างประเทศได้

3. มีการกระจายรายได้และความเจริญสู่ภูมิภาค ลดการไหลของแรงงานเข้าสู่ส่วนกลาง

4. มีการพัฒนาความสามารถเป็นแหล่งสร้างเสริมประสบการณ์ที่สำคัญให้กับผู้ประกอบการหรือนักธุรกิจหน้าใหม่ เพื่อแสวงหาความรู้ความก้าวหน้าและสถานฝึกและพัฒนาทักษะแรงงานด้วย

จากการศึกษาบทบาทของธุรกิจขนาดย่อมสรุปได้ว่า บทบาทของธุรกิจขนาดย่อมมีความสำคัญต่อการประกอบกิจการทางธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจมีการดำเนินงาน และเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และความสำเร็จทางธุรกิจและเจริญเติบโตต่อไป

5. ความสำเร็จและความล้มเหลวของธุรกิจขนาดย่อม

5.1 ความสำเร็จของธุรกิจขนาดย่อม (success of small business) การแข่งขันระหว่างธุรกิจขนาดใหญ่และธุรกิจขนาดย่อม ซึ่งธุรกิจขนาดย่อมมีโอกาสประสบความสำเร็จมากกว่า มีนักวิชาการได้กล่าวถึงความสำเร็จของธุรกิจขนาดย่อมดังนี้

กัตญญู หิรัญญสมบุรณ์ (2547, หน้า 8-9) กล่าวว่า ความสำเร็จธุรกิจขนาดย่อม มีความเป็นอิสระและคล่องตัวมีสาเหตุมาจาก ผู้ประกอบการสามารถตัดสินใจตามลำพัง โครงสร้างขององค์การที่เรียบง่าย การติดต่อสื่อสารทำได้รวดเร็ว ไม่ซับซ้อน สายการติดต่อสื่อสารสั้น ทำให้เข้าใจกันได้ง่าย ดังนั้นการถ่ายทอดคำสั่งจากผู้บริหารหรือผู้ประกอบการมาสู่พนักงานทำได้อย่างรวดเร็ว แก้ไขปัญหาได้ฉับไว การสั่งการชัดเจน การรับรู้คำติชมของผู้บริโภคและแก้ไขข้อขัดแย้งทำได้อย่างรวดเร็ว และเกิดความเอาใจใส่ใกล้ชิดผู้บริโภคโดยเสนอสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคพอใจเฉพาะรายได้อย่างทั่วถึง ธุรกิจขนาดย่อมมีจำนวนผู้บริโภคน้อย แต่เป็นผู้บริโภคประจำที่มีปริมาณการซื้อหรือการใช้บริการสม่ำเสมอ จึงสามารถเอาใจใส่ใกล้ชิดผู้บริโภคได้ และเรียนรู้ความต้องการของผู้บริโภค จากการดำเนินงานติดต่อกับผู้บริโภคโดยตรง และเกิดจากแรงจูงใจจากผลกำไรของธุรกิจ ผู้ประกอบการย่อมจะทุ่มเททรัพยากรและแรงกายแรงใจอย่างเต็มที่ เพื่อผลักดันให้ธุรกิจของตนประสบความสำเร็จเพราะทำไรที่ได้มาเป็นของผู้ประกอบการทั้งหมด

จิระภา สุขเกษม (2549, หน้า 141-142) กล่าวถึง ความสำเร็จของธุรกิจขนาดย่อมว่า

1. การศึกษาความต้องการของผู้บริโภคเมื่อต้องการประกอบธุรกิจ ผู้ประกอบการต้องมีความสำนึกเสมอเพราะทำเพื่อผู้บริโภค

2. การแสวงหาความรู้ใหม่ในการบริหาร ปัจจุบันมีการเผยแพร่ความรู้วิชาการอย่างกว้างขวาง ปัจจุบันมีการเผยแพร่เป็นวิทยาทาน ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย หรือมีการอบรม สัมมนาเป็นกลุ่มย่อยโดยเสียค่าใช้จ่ายบ้าง หรือหน่วยงานราชการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มีการเผยแพร่ความรู้ทางด้านการเกษตรให้ผู้ที่สนใจ

3. การรวมกลุ่มผู้ประกอบการ ธุรกิจขนาดย่อมเสียเปรียบธุรกิจขนาดใหญ่ คือ เงินทุนและยอดจำหน่ายธุรกิจขนาดใหญ่ เช่น แมกโคร (makro) มีสาขานับ 10 สาขา ขายสินค้า

เหมือนกัน เมื่อซื้อจะรวมใบสั่งปริมาณการสั่งซื้อแต่ละครั้งเป็นล้านบาท ส่วนลดการค้า ส่วนลดเงินสดถึงร้อยละ 50 การรวมกลุ่มร้านค้าธุรกิจขนาดย่อมที่อยู่ใกล้เคียงกัน หากมีการรวม ใบสั่งซื้อ ช่วยให้ได้สินค้าในราคาถูกลงได้

5.2 ความล้มเหลวของธุรกิจขนาดย่อม (failure of business) ความล้มเหลวของธุรกิจขนาดย่อมขึ้นอยู่กับสาเหตุหลายประการ ซึ่งได้มีนักวิชาการกล่าวถึงความล้มเหลวของธุรกิจขนาดย่อมดังนี้

กัตญญู หิรัญญสมบุรณ์ (2547, หน้า 9-10) กล่าวว่า ความล้มเหลวของธุรกิจขนาดย่อมไว้ดังนี้

1. เงินทุนดำเนินการไม่พอ ธุรกิจขนาดย่อมใช้ทุนดำเนินการของเจ้าของซึ่งมีอยู่จำกัด การกู้ยืมจากแหล่งภายนอก เช่น ภูวนาคารหรือออกหุ้นกู้ทำได้ยากหรือทำไม่ได้เลยฐานะของธุรกิจขนาดย่อมด้อยกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ในสายตาของเจ้าหนี้ธุรกิจขนาดย่อมจึงถูกปฏิเสธการกู้ยืมได้ง่าย หรือต้องกู้ในอัตราดอกเบี้ยที่สูงกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ การกู้ยืมจากเพื่อนหรือญาติอาจนำมาซึ่งความขัดแย้งในภายหลัง

2. การจัดการที่ไร้ประสิทธิภาพ การจัดการด้านมนุษย์ เวลา เงินทุน ผู้บริโภค สินค้าคงคลัง เช่น ปัญหาการเก็บสินค้าคงคลังมากเกินไปจนเก่าไม่ทันสมัยไม่สามารถขายได้ ปัญหาการไม่มีมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ ปัญหาการไม่ปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง

3. ผู้ประกอบการขาดศักยภาพ ในการเป็นนักธุรกิจที่ดี การขาดประสบการณ์ ในการบริหารจัดการอย่างพอเพียง ทำให้ผู้ประกอบการที่มีพื้นฐานมาจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะวิชาชีพบริหารจัดการงานโดยรวมไม่เป็น ผู้ประกอบการที่ไม่มีความหนักแน่น ขาดความมุ่งมั่น ไม่พัฒนาตนเอง ประพฤติตัวไม่เหมาะสม เช่น เล่นการพนัน สูรย์สุร่าย สามารถทำลายธุรกิจของตนเองได้ทั้งสิ้น

4. ปัจจัยสิ่งแวดล้อมอื่น เช่น การขาดแรงงานฝีมือ การเปลี่ยนแปลง ท่าเล ที่ตั้ง สร้างความไม่สะดวกแก่ลูกค้า การไม่สามารถควบคุมต้นทุนเนื่องจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมีความผันผวน สภาพเศรษฐกิจไม่เอื้ออำนวยต่อความเจริญก้าวหน้าของธุรกิจ เกิดผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัยและสามารถใช้ทดแทนสินค้าที่มีอยู่ถูกธุรกิจขนาดใหญ่กดดันให้ออกจากตลาด

จิระภา สุขเกษม (2549, หน้า 144 - 145) ได้กล่าวถึงสาเหตุแห่งความล้มเหลวของธุรกิจขนาดย่อมว่า

1. ขาดแคลนเงินทุนในการบริการเป็นสิ่งสำคัญในอันดับต้น นอกจากผู้ประกอบการและบุคลากรที่มีความสามารถ สิ่งที่สำคัญคือเงินทุน เพราะในช่วงเริ่มกิจการมีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นมาก เช่น ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้ามาขาย เครื่องมือ เครื่องใช้

2. ขาดบุคลากรที่มีความสามารถ บุคลากรที่มีความสามารถมีค่าตัวสูงธุรกิจขนาดย่อมไม่สามารถจ้างได้ บุคลากรที่เพิ่งจบการศึกษาไม่มีประสบการณ์ในการทำงาน ทำงานเพื่อหาประสบการณ์จึงเป็นปัญหาสำหรับธุรกิจขนาดย่อม

3. ขาดการวางแผน เจ้าของกิจการขนาดย่อมไม่มีการวางแผน ขาดการควบคุมสินค้าคงเหลือ ขาดการบริหารจัดการ ไม่มีแผนงานในการบริหารวัสดุอุปกรณ์ สินค้าเสื่อมสภาพ ทำให้ขาดทุน ต้องกู้ยืมมีหนี้สิน

4. ระบบการเงินล้มเหลว ระบบการเงินเป็นปัญหาสำคัญ เพราะส่วนใหญ่ไม่มีระบบบัญชีคุม ขยายได้นำเงินเก็บเข้าลิ้นชัก จ่ายหยิบจากลิ้นชักไปใช้

อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จและความล้มเหลวของธุรกิจขนาดย่อมทั้งหลายประการที่นักวิชาการได้กล่าวมาข้างต้นนั้น เป็นประเด็นสำคัญในการประกอบกิจการธุรกิจขนาดย่อม ความสำเร็จของธุรกิจขนาดย่อมเกิดจากการแสวงหาความรู้ใหม่ในการบริหารกิจการ การรวมกลุ่มผู้ประกอบการ การให้ความสำคัญในเรื่องบริการ เรียนรู้ความสำเร็จ และความล้มเหลวของผู้อื่น และมีความซื่อสัตย์ ส่วนความล้มเหลวของธุรกิจขนาดย่อมเกิดจากการขาดแคลนเงินทุนในการบริหาร ขาดบุคลากรที่มีความสามารถ การดำเนินงานต้องอาศัยประสบการณ์ ขาดการวางแผน และระบบการเงินล้มเหลว ดังนั้นการประกอบธุรกิจขนาดย่อมจะพบกับความสำเร็จหรือล้มเหลวที่ทำให้ต้องยุติกิจการลงนั้น ปัจจัยสำคัญคือการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพเพื่อความอยู่รอดกิจการในอนาคตต่อไป

6. ข้อได้เปรียบของธุรกิจขนาดย่อม มีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงข้อได้เปรียบของธุรกิจขนาดย่อมไว้ดังนี้

สมชาย หิรัญภิตติ, และ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2548, หน้า 17) ข้อได้เปรียบของธุรกิจขนาดย่อม มีดังนี้

1. มีความเป็นอิสระ ในการบริหารงานเต็มที่ ธุรกิจขนาดใหญ่ต้องกำหนดเกณฑ์ในการปฏิบัติงานที่แน่นอน เพราะปกครองคนกลุ่มใหญ่และมีระบบงานซับซ้อน มีคนหลายฝ่ายที่ต้องประสานงาน จึงขาดความเป็นอิสระในการทำงาน หรือขาดความยืดหยุ่นในการบริหาร นโยบายหรือหลักเกณฑ์การปฏิบัติงานไม่เหมาะสม ทำให้การปรับเปลี่ยนแก้ไขให้สอดคล้องกับสถานการณ์อย่างรวดเร็ว ทันท่วงที เหตุการณ์ทำให้ได้ช้ากว่าธุรกิจขนาดย่อม ซึ่งเจ้าของตัดสินใจโดยตนเอง ระดับการบริหารไม่ซับซ้อนติดต่อกันได้อย่างรวดเร็ว การแก้ไขเปลี่ยนแปลงอยู่ในดุลยพินิจของเจ้าของ การดำเนินงานของธุรกิจขนาดย่อมเกิดความคล่องตัวมากกว่า เช่น สามารถดูแลบริการลูกค้าได้ใกล้ชิดมากกว่าเพราะมีลูกค้าน้อย การใช้ทรัพยากรไม่จำเป็นต้องใช้เงินลงทุนมากเนื่องจากเป็นธุรกิจขนาดย่อม การตัดสินใจผิดพลาดไม่เสียหายเหมือนธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่งถ้าพลาดจะสูญเสียความเชื่อมั่นจากลูกค้ามากกว่า เรียกได้ว่าธุรกิจขนาดใหญ่ทำอะไรไม่เสียชื่อเสียง ธุรกิจขนาดย่อมมีความเสี่ยงน้อยกว่า และเป็นจุดแสวงหาผลประโยชน์ได้

2. จัดตั้งได้ง่าย ขั้นตอนในการจัดตั้งธุรกิจขนาดย่อมไม่ซับซ้อนมาก และใช้เวลาน้อยกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ ในขณะที่เดียวกันเมื่อเกิดปัญหาหรือไม่อยากจะทำกิจการต่อไปสามารถเลิกได้ทันที ไม่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจประเภทใด อยากจะเปลี่ยนธุรกิจสามารถทำได้ทันที เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น ที่จัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค สามารถจัดตั้งได้

รวดเร็ว แต่การสร้างห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ ต้องใช้เวลาในการศึกษาข้อมูลโอกาสความเป็นไปได้ อัตราความเสี่ยง ระยะเวลาในการก่อสร้าง และสิ่งอำนวยความสะดวกนานกว่า

3. ไม่มีปัญหาในการแบ่งปันผลประโยชน์ ในกิจการที่มีผู้ถือหุ้นจำนวนมากเกิดความขัดแย้งในผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการ แต่ธุรกิจขนาดย่อมผลประโยชน์เป็นของเจ้าของคนเดียว การแบ่งสิทธิการบริหารงานระหว่างผู้ถือหุ้นจึงเกิดขึ้นน้อยกว่า

4. การติดต่อสื่อสารใกล้ชิดกับพนักงานและลูกค้า เจ้าของธุรกิจขนาดย่อมมีโอกาสที่จะสร้างความสัมพันธ์กับพนักงานได้มากกว่า เพราะทำงานใกล้ชิดกันจึงทราบปัญหาต่างๆ ของพนักงานได้ดีกว่า และสามารถแก้ปัญหาได้ทันเวลา การบริหารงานจะเน้นการติดต่อที่ไม่เป็นทางการ พนักงานจึงสามารถเข้าใจระบบการทำงานได้ดี นอกจากนั้นเจ้าของธุรกิจมีโอกาสในการให้บริการลูกค้า จึงสามารถรู้ถึงความต้องการของลูกค้าได้ดี ซึ่งสามารถนำมาใช้ในการปรับปรุงการบริการของกิจการได้ตรงประเด็นมากขึ้น

5. ตลาดมีขนาดเล็กสามารถดำเนินธุรกิจได้ โอกาสในการทำธุรกิจขนาดย่อมไม่จำเป็นต้องมีตลาดขนาดใหญ่หรือคาดคะเนยอดขายสูง จึงจะคุ้มกับการลงทุนเช่นเดียวกับธุรกิจขนาดใหญ่ เพราะการลงทุนแตกต่างกัน ดังนั้นการนำสินค้าหรือบริการแปลกใหม่เข้ามาจำหน่ายจึงไม่จำเป็นต้องทุ่มทุนขายมากเกินไป ถ้าสินค้าไม่คิดตลาดก็สามารถปรับเปลี่ยนได้ง่ายกว่า

ชินินทร์ ชุณหพันธ์ (2548, หน้า 14) ข้อได้เปรียบธุรกิจขนาดย่อมที่เด่นชัดเจน ในสถานการณ์ดังต่อไปนี้คือ

1. เมื่อได้มีการทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด ลักษณะการดำเนินธุรกิจแบบธุรกิจขนาดย่อมจะมีความเหมาะสมเนื่องจากธุรกิจมีความยืดหยุ่นสูง ทำให้การตัดสินใจและการดำเนินการเป็นไปอย่างรวดเร็ว การยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของผู้บริโภค จำเป็นที่จะต้องมีการทดสอบตลาดเสียก่อนว่าตลาดยอมรับหรือไม่ ก่อนที่จะได้ทำการลงทุนเป็นจำนวนมากในการผลิตสินค้าใหม่ออกจำหน่ายอย่างกว้างขวาง

2. ผู้ประกอบการสามารถเลือกธุรกิจที่ตนถนัด และมีความชำนาญเปิดกิจการเป็นของตนเองได้ ทำให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างคล่องตัว มีความพึงพอใจ และความตั้งใจในการดำเนินงาน

3. เหมาะสมกับธุรกิจการให้บริการ มีลักษณะต้องใช้ความสามารถส่วนตัว หรืองานฝีมือให้บริการกับผู้มาใช้บริการ เช่น ร้านเสริมสวย กิจการออกแบบตกแต่ง ร้านซ่อมโทรทัศน์ ร้านซ่อมอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ เป็นต้น

4. การจัดตั้งธุรกิจขนาดย่อมเหมาะกับธุรกิจขนาดเล็กที่ผลิตสินค้าที่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคเฉพาะแต่ละชุมชนหรือภาคต่างๆ เพื่อสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคในเขตภูมิภาคนั้น

5. เหมาะกับธุรกิจประเภทที่ผลิตสินค้าที่เน่าเสียได้ง่าย เช่น กิจการร้านดอกไม้ ผักและผลไม้ กิจการโรงน้ำแข็ง

6. เหมาะสมกับธุรกิจที่มีขนาดของตลาดจำนวนจำกัด เช่น ร้านตัดเสื้อผ้า ร้านขายของชำ

7. เหมาะสมกับธุรกิจที่ผลิตสินค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงความนิยมไปตามกาลสมัย เช่น เสื้อผ้ากิจการธุรกิจขนาดย่อมจะมีความยืดหยุ่นเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็วกว่าธุรกิจขนาดใหญ่

8. มีประสิทธิภาพในการบริหารงาน เพราะผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับคนงานทำให้ทราบปัญหาในการปฏิบัติงานได้อย่างรวดเร็ว การแก้ไขปัญหาต่างๆ สามารถทำได้อย่างทันทีทันต่อเหตุการณ์ ก่อให้เกิดขวัญและกำลังใจที่ดีต่อคนงาน ส่งผลให้การบริการงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

จากการศึกษาข้อได้เปรียบของธุรกิจขนาดย่อมสรุปได้ว่า ข้อได้เปรียบของธุรกิจขนาดย่อมดังกล่าวควรมีลักษณะ คือ มีความเป็นอิสระ สามารถจัดตั้งได้ง่ายการติดต่อสื่อสารใกล้ชิดพนักงานและลูกค้า เมื่อมีผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดต้องรีบดำเนินการตัดสินใจเพื่อออกวางจำหน่ายอย่างรวดเร็ว และตอบสนองลูกค้าได้ทันที ผู้ประกอบสามารถเลือกธุรกิจที่ตนเองถนัด และมีความชำนาญเพื่อความคล่องตัวทางธุรกิจ เหมาะสมกับธุรกิจประเภทให้บริการ ธุรกิจที่ผลิตสินค้าเสียได้ง่าย และธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงตามความนิยม

7. ข้อเสียเปรียบของธุรกิจขนาดย่อม

มีนักวิชาการหลายท่านกล่าวถึงข้อเสียเปรียบของธุรกิจขนาดย่อมไว้ดังนี้

สมชาย หิรัญกิตติ, และศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2548, หน้า 17) ข้อเสียเปรียบของธุรกิจขนาดย่อม มีดังนี้

1. ขาดแคลนเงินทุนในการประกอบการ หรือหาแหล่งเงินทุนยากกว่าธุรกิจขนาดใหญ่จึงทำให้การขยายตัวทำได้ยาก เพราะมีหลักทรัพย์และความสามารถที่ต่ำกว่า

2. ผู้บริหารธุรกิจขนาดย่อมขาดประสบการณ์ และความลึกซึ้งในการบริหาร (poor management) เจ้าของกิจการที่แยกออกมาจากธุรกิจที่เป็นลูกจ้างมาก่อนเมื่อเข้ามารับบทบาทเป็นเจ้าของธุรกิจขาดความรู้ความเข้าใจ ทักษะ การบริหารงาน จึงต้องเริ่มค้นคว้าและสะสมความสามารถของตนเอง ในขณะที่ธุรกิจขนาดใหญ่สามารถจ้างนักบริหารมืออาชีพที่มีประสบการณ์การบริหารเป็นอย่างดี หรือให้คำปรึกษาได้

3. การจ้างแรงงานถูกแข่งขันจากธุรกิจขนาดใหญ่ มีโอกาสแย่งบุคลากรไปได้มากกว่าเพราะผู้สมัครงานสนใจธุรกิจขนาดใหญ่มากกว่า เนื่องจากเป็นกิจการที่มีความเชื่อมั่นสูงให้สวัสดิการมากกว่า มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป

4. ธุรกิจขนาดย่อมไม่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปมากเท่ากับธุรกิจขนาดใหญ่ ดังนั้นโอกาสในการแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่มีน้อยกว่า การลงทุนมีความเสี่ยงสูงกว่า

5. ขาดข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการวางแผน ทำให้กำหนดแผนไม่รัดกุม เนื่องจากธุรกิจขนาดย่อมขาดหน่วยงานหรืองบประมาณที่จะนำมาใช้เพื่อเก็บข้อมูล ต้องอาศัยประสบการณ์ ในการตัดสินใจเป็นส่วนใหญ่ซึ่งบางครั้งตัดสินใจผิดพลาด

ซนิทท์ ซุณห์พัทธรักษ์ (2548, หน้า 15) ข้อเสียเปรียบของธุรกิจขนาดย่อมการประกอบธุรกิจขนาดย่อม สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ธุรกิจขนาดย่อมไม่สามารถที่จะรักษาคงงานที่มีฝีมือไว้ได้ เพราะการทำงานไม่ก้าวหน้า
2. มีปัญหาด้านเงินทุนที่มีอยู่อย่างจำกัด ทำให้ไม่สามารถขยายกิจการให้ใหญ่โตได้
3. ธุรกิจขนาดย่อมไม่ใหญ่พอที่จะผลิตสินค้าผูกขาดได้ เพราะขาดเงินทุนแรงงานและขาดความรู้ทางด้านการบริหารในธุรกิจขนาดใหญ่
4. ผู้บริหารงานส่วนใหญ่จัดการในทุกด้านของกิจการทำให้ไม่มีเวลาเพียงพอที่จะดำเนินงานได้ทันที
5. ขาดอุปกรณ์ในด้านการค้นคว้าและวิจัย
6. มีปัญหาในด้านการตั้งธุรกิจใหม่หรือทำผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักกันในตลาดได้ยาก
7. ได้รับความไม่เสมอภาคในการดำเนินธุรกิจ

จากการศึกษาข้อเสียเปรียบของธุรกิจขนาดย่อม สรุปได้ว่า มีปัญหาทางด้านเงินทุน ขาดประสบการณ์ ขาดความรู้ความสามารถ ความเข้าใจในการบริหารงานไม่มีการวางแผนที่ชัดเจน มีการจ้างแรงงานต่ำ และไม่ได้รับความเสมอภาคในการดำเนินธุรกิจให้เจริญต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ

ในการศึกษาคูณลักษณะสำคัญที่ประสบผลสำเร็จตามทัศนะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) ควรศึกษาประเภทของผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญประการแรกที่เข้าสู่วิธีการดำเนินงานเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม ดังนั้นต้องทราบถึงความหมายและคุณลักษณะสำคัญที่ประสบผลสำเร็จตามทัศนะของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) ให้เข้าใจซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ความหมายของผู้ประกอบการ

อภิสิทธิ์ ประวัติเมือง (2544, หน้า 23) ได้ให้ความหมายของผู้ประกอบการดังนี้ ผู้ประกอบการ คือ บุคคลที่เริ่มก่อตั้งกิจการเป็นเจ้าของหรือหุ้นส่วนและดำเนินกิจการโดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ เพื่อผลกำไรและความพอใจ

กัตัญญู หิรัญญสมบุรณ์ (2547, หน้า 10) ได้ให้ความหมายของคำว่า ผู้ประกอบการไว้ดังนี้ ผู้ประกอบการ (entrepreneur) คือ ผู้เริ่มทำธุรกิจด้วยความกล้าเสี่ยงและมุ่งมั่นอดสาหัสสู่ความสำเร็จโดยก่อสร้างธุรกิจขนาดย่อมขึ้นผู้ประกอบการควรแสวงหาโอกาสในการดำเนินธุรกิจและพยายามอย่างเต็มที่เพื่อก้าวไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจตนเอง

ตำราศักดิ์ชัยสนิท, และสุนิ เลิศแสงกิจ (2547, หน้า 12) ได้ให้ความหมายของผู้ประกอบการไว้ว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลจัดตั้งองค์การธุรกิจขึ้นมาโดยยอมรับความเสี่ยงภัยเพื่อหวังกำไร

สมชาย หิรัญกิตติ, และศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2548, หน้า 20) ให้ความหมายของผู้ประกอบการว่า ผู้ประกอบการ (entrepreneur) หมายถึง บุคคลที่จัดตั้งธุรกิจโดยการยอมรับความเสี่ยงภัยเพื่อหวังกำไร (webster's new world dictionary of America language) ดังนั้น การทำธุรกิจจึงมีโอกาที่ประสบความสำเร็จ

ถาวร ศรีสุขะโต, และธนะเวช ศรีสุขะโต (2549, หน้า 24) ได้กล่าวถึง ผู้ประกอบการว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้เริ่มกิจการหรือผู้ที่นำและจัดการองค์กรใหม่กล้าเสี่ยงในการลงทุนเพื่อเริ่มกิจการ ผู้ประกอบการต้องศึกษาความสำเร็จของผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์

อำนาจ ธีระวนิช (2549, หน้า 1) ได้กล่าวถึงผู้ประกอบการไว้ว่า ผู้ประกอบการ คือ พลังทางเศรษฐกิจ ผู้ประกอบการเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในชีวิตธุรกิจสมัยใหม่ โดยเป็นผู้สร้างงานประดิษฐ์คิดค้นบุกเบิกตลาดทั้งในและต่างประเทศ และเป็นผู้จุดชนวนความเติบโตทางเศรษฐกิจในมิติอื่น ซึ่งจะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการคือผู้ใช้พลังความสามารถทั้งหมดของตนเองเผชิญกับความเสี่ยงและความไม่แน่นอน เพื่อสร้างความเติบโตให้แก่กิจการ ในแต่ละปีมีผู้ประกอบการเป็นจำนวนมากเปิดกิจการตนเอง ซึ่งกลไกดังกล่าวได้มีส่วนช่วยเสริมสร้างความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจเพิ่มขีดความสามารถในแข่งขันให้กับประเทศชาติ

แบแนฟ (Banfe, 2004, p. 2) ได้ให้ความหมายผู้ประกอบการว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลคนหนึ่งที่เป็นผู้นำในการดำเนินธุรกิจ มีความเป็นอิสระและมีการคิดพิจารณาตัดสินใจที่เด็ดเดี่ยว เปลี่ยนสิ่งที่ยากลำบากให้เป็นสิ่งที่ย่าง เป็นบุคคลที่ตรงไปตรงมาชัดเจนเป็นผู้แทนของการทำงานร่วมกันชีวิตมีหลายรสชาติมากมาย ทั้งหวาน สุข ทุกข์เศร้าเสียน้ำคามีความกล้า และบางครั้งก็รู้สึกมีคุณค่า เรื่องราวของผู้ประกอบการน่าสนใจ ผู้ประกอบการทั้งหลายจะต้องทำงานให้สำเร็จและมีความสุขในการทำงาน

จากการศึกษาตามที่นักวิชาการข้างต้นได้กล่าวไว้พอสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง เจ้าของกิจการหรือผู้บริหารกิจการที่มีความคิดสร้างสรรค์ ู้จั้งหวะ และโอกาสในการประกอบการธุรกิจ มีความมุ่งมั่น เพื่อความก้าวหน้าขององค์กรและสามารถปรับตัวให้ทันต่อเหตุการณ์

2. ลักษณะของผู้ประกอบการ

การที่จะก้าวเข้ามาเป็นผู้ประกอบการได้นั้น ต้องมีความรับผิดชอบต่อความเสี่ยงและไม่แน่นอนจากการดำเนินงานและต้องเป็นผู้นำพากิจการไปสู่จุดมุ่งหมายที่ตั้งใจศึกษาถึงลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมที่สำคัญต้องมีความเชี่ยวชาญและหนักแน่นจากการศึกษาและค้นคว้าถึงลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมแล้ว มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ลักษณะไว้ดังนี้

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท, และสุณี เลิศแสงกิจ (2547, หน้า 13 - 15) ได้กล่าวถึง ลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมคือ

1. ต้องกล้าเสี่ยงอย่างมีเหตุผล
2. ต้องมีความมั่นใจในตนเอง
3. ต้องเป็นผู้ที่ชอบทำงานหนักและทนทานต่อการทำงาน
4. ต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถในการกำหนดเป้าหมาย มีการวางแผนเป็นขั้นตอนที่นำไปสู่เป้าหมายที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพ
5. ต้องเป็นผู้ที่พร้อมที่มีความรับผิดชอบต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของธุรกิจและต้องมีมาตรการที่ควบคุมให้ธุรกิจดำเนินอยู่ตลอดไป
6. ต้องเป็นผู้ที่มีความคิดในทางสร้างสรรค์ ในการที่น่าผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ออกสู่ตลาด

กัตัญญ หิรัญญสมบุรณ์ (2547, หน้า 10) ได้กล่าวถึง ลักษณะของผู้ประกอบการว่า “ลักษณะของผู้ประกอบการควรมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สามารถคิดนอกกรอบ โดยไม่ซ้ำแนวทางบุคคลอื่น และมีความรู้ความชำนาญในด้านวิชาชีพและทักษะด้านบริหารมุ่งมั่นใส่ใจในการปฏิบัติงาน สามารถหาโอกาสในวิกฤติที่เปลี่ยนแปลงให้เกิดประโยชน์”

สมชาย หิรัญกิตติ, และศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2548, หน้า 21) ได้กล่าวถึง ลักษณะของผู้ประกอบการที่ดีจะช่วยส่งเสริมให้ธุรกิจขนาดย่อมประสบความสำเร็จไว้ดังนี้

1. มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ค่อนข้างสูง เชื่อมั่นในตัวเอง กล้าเสี่ยง ไม่กลัวความล้มเหลว
2. มีความสามารถในการคิดหรือมีความคิดริเริ่มใหม่ที่นำเอาแนวความคิดที่ดีเสริมสร้างให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจ ทำสิ่งที่ถูกต้องก่อนอื่นเสมอ ทำให้เกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน
3. มีความสามารถด้านมนุษยสัมพันธ์ มีความสามารถในการจูงใจบุคคล มีศิลปะในการปกครองบุคคลและความสนใจของบุคคล มีทักษะที่ดีด้านการติดต่อสื่อสาร
4. มีความรู้ความสามารถในการบริหารรู้จักวางแผน การควบคุม การจัดการ การสั่งการ การจัดหาบุคลากร ตลอดจนมีความอดทนและสามารถทำงานหนักได้

อาทิตย์ วุฒิคะโร (2548, หน้า 40-45) ได้เสนอว่า ลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมมีดังนี้

1. มีความกล้าเสี่ยง (risk taking) ในระดับปานกลาง ธุรกิจกับความเสี่ยงเป็นของคู่กัน ผู้ที่เป็นผู้ประกอบการชอบทำงานที่ท้าทายต่อความสามารถของคน แต่หลีกเลี่ยงงานที่มีความเสี่ยงสูง โดยชอบงานที่มีความเสี่ยงปานกลางที่มีโอกาสที่ประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวได้ ซึ่งเป็นความเสี่ยงระดับที่ประเมินแล้วไม่เกินความสามารถ

2. มีความมุ่งมั่นในความสำเร็จ (need for achievement) กล่าวคือ ต้องเป็นผู้รักความสำเร็จ มุ่งมั่นที่ทุ่มเทสติปัญญา พลังความสามารถ ความมานะอดทนทั้งหมดเพื่อทำงานทุกอย่างให้บรรลุผลสำเร็จตามที่คิดวิเคราะห์ รู้จักวางแผน ตั้งมาตรฐานงานของตนเองไว้สูง ปฏิบัติงานอย่างเข้มแข็ง อาจต้องใช้เวลามากกว่าคนอื่น การเรียนรู้ถึงพลังความสามารถ หรือจุดอ่อนของตนเอง ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จและภูมิใจผลงานที่ปรากฏอย่างมีคุณภาพ

3. มีความผูกพันต่อเป้าหมายที่ตั้งไว้ ผู้ประกอบการได้ตั้งเป้าหมายไว้แล้วแสวงหาความต้องการประสบความสำเร็จและบุคคลอื่น ทุ่มเททั้งหมด โดยคิดวางแผนและวางกลยุทธ์ล่วงหน้าไว้พร้อม ความกลัวความล้มเหลวทำให้การวิเคราะห์ปัญหาที่มีอุปสรรคที่ขัดขวางได้และเตรียมตัวป้องกันปัญหาและอุปสรรคนั้นด้วย

4. มีความสามารถในการโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น คือ ความสามารถในการโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยทำให้เป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ

อำนาจ ชีระวนิช (2549, หน้า 6) กล่าวเกี่ยวกับ ลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการไว้ว่า

1. ความต้องการความสำเร็จ เงิน คือ ปัจจัยผลักดันในการเข้ามาประกอบการ แต่โดยข้อเท็จจริงความสำเร็จ (need for achievement) เป็นแรงผลักดันพื้นฐานที่มีผลต่อแรงจูงใจ (motivation) ของผู้ประกอบการ ดังนั้นเมื่อพิจารณาในประเด็นนี้เงินเป็นเพียงองค์ประกอบส่วนหนึ่งของสัญลักษณ์แห่งความสำเร็จ

2. ความต้องการที่จะรับผิดชอบ ผู้ประกอบการเป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบส่วนบุคคลต่อผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการกระทำ

3. การยอมรับความเสี่ยง ความเสี่ยงที่ผู้ประกอบการได้รับในการเริ่มดำเนินงานธุรกิจมีความแตกต่างกัน ผู้ประกอบการลงทุนด้วยเงินทุนตนเองย่อมจะมีความเสี่ยงทางการเงิน

4. ความเชื่อมั่นตนเอง

5. ความต้องการตอบสนองอย่างทันทีทันใด

6. การมีพลังในระดับสูง

7. การมุ่งเน้นที่อนาคต

8. การอดทนต่อแรงเสียดทานและมีความยืดหยุ่นของผู้ประกอบการ มีความอดทนต่อแรงเสียดทานสูงกว่าบุคคลทั่วไป เพราะต้องเผชิญปัญหาอุปสรรคโดยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

รังสิมา มั่นใจอารีย์ (2549, หน้า 21) กล่าวถึง ลักษณะของผู้ประกอบการตามเอกสารการประชุมที่ อีส เวส เซนเตอร์ (East-West center) มลรัฐฮาวาย ประเทศสหรัฐอเมริกา ค.ศ. 1977 ได้กำหนดคุณลักษณะของผู้ประกอบการไว้ คือ 1) ต้องมีความเชื่อมั่นในตนเองและเป็นอิสระ 2) มองโลกในแง่ดี 3) มีความเป็นผู้นำ 4) มีความคิดสร้างสรรค์ 5) เป็นคนเจ้าความคิด 6) มีความคิดริเริ่ม 7) มีความรู้ความสามารถรอบตัว 8) มีมนุษยสัมพันธ์เข้ากับคนอื่นได้เป็นอย่างดี 9) มีความยืดหยุ่นในการทำงาน และ 10) ยอมรับข้อเสนอแนะและคำวิจารณ์

สุรียพร สาณกุล (2549, หน้า 18) ได้กล่าวถึง ลักษณะของธุรกิจขนาดย่อมมีดังนี้

1. การเข้าสู่ธุรกิจทำได้ง่าย เพราะใช้เงินทุนน้อยการดำเนินงานไม่ซับซ้อน
2. มีความคล่องตัวในการบริหารจัดการ เพราะจำนวนพนักงานไม่มาก แผนการดำเนินงานไม่มีความซับซ้อน

3. มีความยืดหยุ่นสูง เพราะเป็นธุรกิจขนาดย่อม จึงมีความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงด้านการผลิต การจัดจำหน่าย และการบริการ

4. สามารถสร้างความชำนาญเฉพาะด้านก่อให้เกิดประสิทธิภาพ เพราะผู้ประกอบการจำนวนมากเริ่มกิจการจากความชำนาญเฉพาะตน และพัฒนาจนเกิดความเชี่ยวชาญมากขึ้น

ไมเคิล เฟรเซอร์ (Michael Frese, 2000, pp.18-25) ได้มีการศึกษาได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมมี 6 ลักษณะ ดังนี้

1. ลักษณะกล้าเสี่ยง หมายถึง กล้าเสี่ยงกับสิ่งที่ตนเองไม่ทราบ การกล้านำทรัพย์สินจำนวนมากของตนเข้าผูกพันในการเริ่มกิจการและการกู้ยืมจำนวนมาก

2. ลักษณะเป็นตัวของตัวเอง หมายถึง ความสามารถและมุ่งหวังสร้างโอกาสให้แก่คน

3. ลักษณะมีนวัตกรรม หมายถึง การแนวคิดเกี่ยวกับการผลิตภัณฑ์ บริการหรือการหาโอกาสให้แก่ตนเอง

4. ลักษณะการแข่งขัน หมายถึง ความต้องการแข่งขันทำให้คู่แข่งทางการตลาดเดียวกันลำบากผู้ประกอบการมีความมุ่งมั่นในความพยายามล้ำหน้า และทำการให้เหนือกว่าคู่แข่งในตลาด

5. ลักษณะการเรียนรู้ หมายถึง ลักษณะที่ผู้ประกอบการไม่หวั่นไหวกับสถานการณ์ที่มีความมั่นคงและต้องการเรียนรู้จากประสบการณ์

6. ลักษณะความสำเร็จ หมายถึง ลักษณะที่ผู้ประกอบการมีความต้องการประสบความสำเร็จ การค้นหาทางไปสู่ความสำเร็จ โดยมีความพยายามในการประสบความสำเร็จ

จากคุณลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม พอสรุปได้ว่า ลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการที่จะทำให้การประกอบธุรกิจประสบความสำเร็จ ได้แก่ ต้องมีความมั่นใจในตนเอง มีเหตุมีผล เป็นผู้ที่ชอบทำงานหนักและทนทานต่อการทำงาน และเป็นผู้ที่พร้อมจะรับผิดชอบต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของธุรกิจ

ธุรกิจขนาดย่อมในจังหวัดลพบุรี

1. สถานการณ์ธุรกิจขนาดย่อมในจังหวัดลพบุรี

ธุรกิจขนาดย่อมมีการพัฒนาธุรกิจและผู้ประกอบการ โดยการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน การรวมกลุ่มและการป้องกันผลกระทบด้านมลพิษจากสถานประกอบการการพัฒนาผู้ผลิตชุมชนและท้องถิ่น มีการส่งเสริมสนับสนุนและพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ผลักดันผู้ผลิตชุมชนและท้องถิ่น เข้าสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

และท้องถิ่นเข้าสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น พัฒนาบรรจุดัณฑ์ และประเมินศักยภาพผู้ผลิตชุมชนท้องถิ่นสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด แนวทางการดำเนินงานเพื่อเป็นการสร้าง และพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการ ในการดำเนินธุรกิจที่สามารถแข่งขันได้ ด้วยการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์บนฐานความรู้ ทักษะฝีมือ นวัตกรรมเทคโนโลยี วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย และสร้างความเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจขนาดย่อม SMEs ภูมิภาค เพื่อสร้างความเข้มแข็งและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ตามศักยภาพพื้นฐานจังหวัด (สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดลพบุรี, 2551, กรกฎาคม 10)

2. การกิจหลักธุรกิจขนาดย่อมในจังหวัดลพบุรี

ส่งเสริมและพัฒนาการตลาดสินค้าและบริการของจังหวัด โดยการจับคู่ธุรกิจ สร้างเครือข่ายธุรกิจ เสริมสร้างและพัฒนายกระดับคุณภาพ มาตรฐาน และตราสัญลักษณ์สินค้าและบริการของจังหวัดสู่ระบบสากล โดยให้ความสำคัญกับการตลาดสินค้าชุมชนและท้องถิ่นและธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในการขยายการค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ (สำนักงานอุตสาหกรรมในจังหวัดลพบุรี, 2551, มกราคม 16)

คุณลักษณะสำคัญที่ประสบผลสำเร็จตามทัศนะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะสำคัญที่ประสบผลสำเร็จตามทัศนะของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมที่ ไมเคิล เฟรเซอร์ส ได้ศึกษาลักษณะของผู้ประกอบการเป็นแนวคิดทางจิตวิทยา มี 6 ลักษณะ ดังนี้

1. ลักษณะกล้าเสี่ยง

1.1 ความหมายของกล้าเสี่ยง มีนักวิชาการได้กล่าวไว้ว่า

อำนาจ ชีระวนิช (2549, หน้า 6) กล้าเสี่ยง หมายถึง ความเสี่ยงที่ผู้ประกอบการได้รับในการเริ่มหรือดำเนินธุรกิจของตน ซึ่งจะมีความแตกต่างกัน ผู้ประกอบการลงทุนด้วยเงินทุนของตนจะมีความเสี่ยงทางการเงิน ถ้าลาออกจากงานเดิมจะต้องประสบกับความเสียหายในด้านอาชีพ

วรโชค ไชยวงศ์ (2550, มิถุนายน 16) กล้าเสี่ยง หมายถึง โอกาสหรือเหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์จะทำให้ไม่บรรลุวัตถุประสงค์ หรือ กล้าเสี่ยงคือสิ่งต่างๆ ที่อาจกีดกันองค์การจากการบรรลุวัตถุประสงค์/เป้าหมาย กล้าเสี่ยงทำให้ไม่บรรลุวัตถุประสงค์ วัตถุประสงค์ที่กำลังทำเป็นประจำเรียกว่า operational risk ทางด้านยุทธศาสตร์ (strategy) ทางด้านการแข่งขัน (competitive)

วรดา กิจโรจน์ภัณฑ (2550, หน้า 3) กล้าเสี่ยง หมายถึง การที่ผู้ลงทุนได้รับผลตอบแทนจริงจากการลงทุน เบี่ยงเบนไปจากผลตอบแทนที่คาดหวังไว้ว่าจะได้รับเมื่อแรกเริ่ม

ลงทุน ไม่ว่าผลตอบแทนที่ได้รับจริงมากกว่า หรือน้อยกว่าที่คาดหวัง ถือว่าเป็นความเสี่ยงทั้งสิ้น ดังนั้น จึงไม่มีการลงทุนประเภทใดที่ไม่มีความเสี่ยง

ปิยวัณณ์ แก้วกัณษรรัตน์ (2550, หน้า 16) กล่าวเสี่ยง หมายถึง ระดับของผลกระทบต่อองค์กรที่พิจารณาจากปัจจัยที่องค์กรให้ความสนใจ ซึ่งผลกระทบจากปัจจัยนั้นๆ อาจเกิดขึ้นได้ในโอกาสที่หลากหลายแตกต่างกันไป ทั้งนี้ตัวอย่างของปัจจัยที่องค์กรให้ความสนใจ เช่น อุบัติเหตุที่เกิดจากการทำงาน ซึ่งจะมีระดับของผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อองค์กรได้ ตั้งแต่มีพนักงานบาดเจ็บเพียงเล็กน้อย ไปจนถึงเกิดการบาดเจ็บล้มตายกันเป็นจำนวนมากจนต้องปิดกิจการไป โดยเหตุการณ์เหล่านี้สามารถเกิดขึ้นได้จากโอกาสที่แตกต่างกันไป สำหรับปัจจัยด้านอื่นที่องค์กรให้ความสนใจอีกเช่น ปัจจัยด้านการเงิน ปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือปัจจัยด้านเครื่องจักรในการผลิต เป็นต้น

กัมปนาท ศรีเชื้อ (2550, หน้า 12) กล่าวเสี่ยง หมายถึง เหตุการณ์ที่มีโอกาสเกิดขึ้นได้ในอนาคต และอาจส่งผลในด้านลบที่ไม่ต้องการซึ่งสามารถเกิดขึ้นได้ทั้งในระดับองค์กรหรือกิจกรรม เนื่องจากความไม่แน่นอนของเหตุการณ์และสิ่งต่างๆ หรือจากการตัดสินใจสิ่งใดสิ่งหนึ่งบนพื้นฐานของการขาดข้อมูลที่ชัดเจน ไม่ครบถ้วน ซึ่งจะต้องประเมินทั้งจากปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลกระทบต่อการบริหารลู่วัตถุประสงค์ของหน่วยงานอย่างเพียงพอและเหมาะสม

จากการศึกษาสรุปได้ว่าความหมายกล่าวเสี่ยง คือ ความเสี่ยงที่ผู้ประกอบการได้รับในการเริ่มหรือดำเนินธุรกิจ โอกาสหรือเหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์จะทำให้ไม่บรรลุวัตถุประสงค์ การที่ผู้ลงทุนได้รับผลตอบแทนจริงจากการลงทุน ระดับของผลกระทบต่อองค์กรที่พิจารณาจากปัจจัยที่องค์กรให้ความสนใจ ซึ่งผลกระทบเกิดขึ้นได้ในโอกาสที่หลากหลายแตกต่างกันไป เหตุการณ์ที่มีโอกาสเกิดขึ้นได้ในอนาคต อาจส่งผลในด้านลบที่ไม่ต้องการซึ่งสามารถเกิดขึ้นได้ทั้งในระดับองค์กรหรือกิจกรรม เนื่องจากไม่แน่นอนของเหตุการณ์ คุณลักษณะที่สำคัญข้อหนึ่งสำหรับการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมที่ประสบผลสำเร็จได้

1.2 ลักษณะกล่าวเสี่ยง มีนักวิชาการหลายท่านกล่าวไว้ดังนี้

บรรพต วีระสัย (2547, หน้า 84 – 85) ได้กล่าวถึงลักษณะกล่าวเสี่ยงไว้ว่ามีความกล้าเสี่ยงพอสมควร แต่เป็นความกล้าเสี่ยงชนิดที่มีขั้นเชิง และส่งเสริมให้มีการตัดสินใจได้โดยไม่ต้องลังเล

วินิจ วีรยางกูร (2548, หน้า 19) ได้กล่าวถึงลักษณะกล่าวเสี่ยงไว้ว่าผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จในธุรกิจขนาดย่อมควรมีลักษณะคือ กล้าเสี่ยงอย่างมีเหตุผล มีความมั่นใจในตนเอง เป็นผู้ที่ชอบทำงานหนักและทนทานต่อการทำงาน เป็นผู้ที่มีความสามารถในการกำหนดเป้าหมาย มีการวางแผนเป็นขั้นตอนที่จะนำไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นผู้พร้อมจะรับผิดชอบต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของธุรกิจ และ

จะต้องมีมาตรการที่จะควบคุมให้ธุรกิจดำเนินอยู่ตลอดไป เป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ในด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่และนำออกสู่ตลาด

ปราโมทย์ เจนการ (2548, หน้า 122) ได้กล่าวถึงลักษณะกล้าเสี่ยงไว้ว่า ผู้ประกอบการมีลักษณะกล้าเสี่ยงอย่างสมเหตุสมผลในแง่ของการลงทุน คุณลักษณะติดค้น ประชัญด้วยควมมีเหตุผล ความสามารถในการเสาะหาและกล้าเสี่ยงที่จะดำเนินธุรกิจ ความสามารถในการรับรู้และมองเห็นช่องทางดำเนินธุรกิจ แรงจูงใจและค่านิยมที่ดีในการทำงาน แรงจูงใจในความเป็นเลิศด้วยควมมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์ความเชื่อมั่นตนเอง ความสามารถและเชื่อมั่นในการสังคัมเชิงธุรกิจ

อาทิตย์ วุฒิกะโร (2548, หน้า 26 - 29) กล่าวถึงลักษณะกล้าเสี่ยงไว้ว่ากล้าเสี่ยงในระดับปานกลาง (moderate risk - taking) เป็นลักษณะเด่นประการหนึ่งของผู้ประกอบการ ซึ่งชอบงานที่ท้าทายความสามารถ (challenge) และมีโอกาสปานกลางที่จะประสบความสำเร็จ หรือล้มเหลว ผู้ประกอบการเป็นบุคคลที่ไม่เลียงความเสี่ยง ต้องพร้อมที่จะเข้าไปหาและประเมิน คว้าเสี่ยงมากหรือเสี่ยงน้อย แล้วจึงค่อยพิจารณาตัดสินใจ ซึ่งต่างจากคนธรรมดาทั่วไปที่จะเลียง การเสี่ยง แต่ชอบสถานการณ์ที่ค่อนข้างแน่นอนและมั่นคง

ไมเคิล เฟรเซอร์ส (Michal Frese, 2000, p. 124) ได้กล่าวถึงลักษณะกล้าเสี่ยงไว้ว่า ความกล้าเสี่ยงของผู้ประกอบการเป็นลักษณะสำคัญที่ผลักดันให้บุคคลก้าวเข้าสู่ อาชีพการประกอบการ

จากการศึกษาค้นคว้ามีนักวิชาการได้กล่าวถึงลักษณะกล้าเสี่ยงพอสรุปได้ ดังนี้ ลักษณะกล้าเสี่ยง คือ ต้องกล้าเสี่ยงอย่างมีชั้นเชิง ส่งเสริมให้มีการตัดสินใจโดยไม่ต้องลังเล มีเหตุผล มีความมั่นใจในตนเอง เป็นผู้ที่ชอบทำงานหนัก ทนทานต่อการทำงาน กล้าเสี่ยงอย่าง สมเหตุสมผลในแง่ของการลงทุน สามารถรับรู้และมองเห็นช่องทางดำเนินธุรกิจ มีแรงจูงใจ ค่านิยมที่ดี กล้าเสี่ยงในระดับปานกลางเป็นลักษณะเด่นของผู้ประกอบการที่ชอบงานท้าทาย ความสามารถ มีโอกาสจะประสบความสำเร็จและกล้าเสี่ยงเป็นลักษณะที่สำคัญที่ผลักดันให้ ก้าวเข้าสู่การเป็นผู้ประกอบการที่ดีได้

2. ลักษณะเป็นตัวของตัวเอง

2.1 ความหมายของเป็นตัวของตัวเอง มีนักวิชาการได้กล่าวไว้ว่า

กัตัญญู หิรัญญสมบุรณ์ (2547, หน้า 10) เป็นตัวของตัวเอง หมายถึง การมี ความเชื่อมั่นในตนเองสูง และเชื่อว่าความสำเร็จจะเป็นของผู้ที่ตั้งใจมั่นอย่างแท้จริง

จิระภา สุขเกษม (2549, หน้า 28) เป็นตัวของตัวเอง หมายถึง การมี ความสามารถเป็นของตนเอง ไม่ลอกเลียนแบบผู้ประกอบการรายอื่น เพราะสภาพทั่วไปไม่ เหมือนกัน ผู้ประกอบการควรมีความคิดเป็นของตนเอง เช่น การจัดร้านค้า ความแปลกใหม่จาก ความคิดสามารถสร้างความแตกต่าง และสร้างความน่าสนใจให้เกิดขึ้นกับผู้ได้พบเห็น ดังนั้น

ความสามารถของผู้ประกอบการที่แสดงออกมาจะเปลี่ยนเป็นความเชื่อมั่นที่จะกระทำกล้าแสดงออก

อุไรวรรณ บุญอาจ และไพรินทร์ แยมจินดา (2549, หน้า 56) เป็นตัวของตัวเอง หมายถึง การเป็นนายของตัวเองเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจเป็นพิเศษในการเข้าไปประกอบธุรกิจขนาดใหญ่ ความสามารถที่จะเลือกเวลาทำงานได้ตามความพอใจ ทำการตัดสินใจที่สำคัญๆ ไม่ต้องรายงานไปยังผู้บังคับบัญชา จำกัดอยู่กับบุคคลไม่กี่คนซึ่งมีตำแหน่งบริหารในระดับสูง

แลมบิง และคูล (Lambing Kuchl, 1997, pp. 12 – 15) เป็นตัวของตัวเอง หมายถึง ผู้ประกอบการต้องมีความเชื่อมั่นในตนเอง มีแนวคิดเกี่ยวกับด้านธุรกิจมีความรู้ที่ลึกซึ้งเกี่ยวกับการตลาดและอุตสาหกรรมต่างๆ จะต้องเรียนรู้เมื่อเกิดการเรียนรู้จะทำให้เกิดความมั่นใจ

แมคฟรานซิส กูคิน (Frances & McGuckin, 2007, p. 25) เป็นตัวของตัวเอง หมายถึง ความเป็นตัวของตัวเองเสริมสร้างกำลังใจและความเชื่อมั่นให้กับตนเอง ความเชื่อมั่นจะเกิดขึ้นเมื่อได้ฝึกฝนจนเป็นผู้ชำนาญการและพร้อมที่จะเสริมสร้างทักษะต่างๆ และต้องเห็นคุณค่าในตนเองเสมอ

จากการศึกษาสรุปได้ว่าความหมายเป็นตัวของตัวเอง คือ มีความมั่นใจตนเองสูง เป็นผู้ตั้งใจอย่างแท้จริง มีความสามารถเป็นของตนเอง ไม่ลอกเลียนแบบผู้ประกอบการอื่น เป็นนายตนเองเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจเป็นพิเศษ เสริมสร้างกำลังใจ และพัฒนาจนเป็นผู้ชำนาญการพร้อมทักษะต่างๆ ต้องเห็นคุณค่าของตนเองเสมอ

2.2 ลักษณะเป็นตัวของตัวเอง มีนักวิชาการหลายท่านกล่าวไว้ดังนี้

อาทิตย์ วุฒิคะโร (2548, หน้า 26 - 29) ได้กล่าวถึงลักษณะเป็นตัวของตัวเองไว้ว่า ความสามารถในการโน้มน้าวจิตใจในการทำงานให้บรรลุผลผู้ประกอบการ ต้องใช้ความสามารถของตนเอง ตลอดจนความร่วมมือจากบุคคลอื่น ดังนั้นความสามารถในการจูงใจหรือโน้มน้าวจิตใจผู้อื่นให้คล้อยตามจึงเป็นสิ่งจำเป็น

ตีพร มณฑุกานนท์ (2549, หน้า 15 - 17) ได้กล่าวถึงลักษณะเป็นตัวของตัวเองไว้ว่า การทำธุรกิจขนาดย่อมต้องทำด้วยความสามารถของตัวเอง คิดหาโอกาสด้วยตนเอง ต้องมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในสิ่งแปลกและใหม่จริงๆ ต้องมีการเสี่ยงกับการลงทุน ต้องอุทิศให้กับธุรกิจ ทั้งนี้เริ่มต้นประกอบธุรกิจ ต้องเหมาะสมกับเวลาและสถานการณ์จึงจะประสบความสำเร็จได้

ตะวัน ณ ระนอง (2550, หน้า 17) ได้กล่าวถึงลักษณะเป็นตัวของตัวเองไว้ว่า เป็นผู้มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ค่อนข้างสูง (achievement motivation) การเป็นผู้ที่ต้องการจะทำอะไรให้สำเร็จด้วยตนเอง เป็นผู้มี ความเชื่อในแรงจูงใจภายในตนเอง (internal locus of control) การเป็นบุคคลที่มั่นใจในตนเอง และกล้าที่จะดำเนินกิจกรรมต่างๆ ด้วยความสามารถของตนเอง

ไมเคิล เฟรเซอร์ (Michal Frese, 2000, p.18) ได้กล่าวถึงลักษณะเป็นตัวของตัวเองไว้ว่า ความสามารถและความมุ่งมั่นที่จะหาหนทางสร้างโอกาสให้กับบุคคล และตั้งใจที่จะนำตนเองสู่โอกาส และมีความสำเร็จสามารถทำงานและตัดสินใจได้ด้วยตนเอง ชอบความเป็นอิสระ พึ่งพาตนเอง มีความมั่นใจตนเอง มีความเข้มแข็ง มีลักษณะผู้นำ

จากการศึกษาค้นคว้ามีนักวิชาการได้กล่าวถึง ลักษณะเป็นตัวของตัวเอง คือ ต้องมีความสามารถเป็นของตนเอง สามารถโน้มน้าวจิตใจบุคคลในการทำงานให้บรรลุผล ประกอบการ ตลอดจนความร่วมมือ มีความคิดใหม่ในการลงทุนตลอดเวลาและสถานการณ์ จึงจะประสบความสำเร็จได้ มีใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง ถ้าจะดำเนินกิจการด้วยความสามารถของตนเองและมุ่งหวังหาทางสร้างโอกาสนำพาตนเองสู่ความสำเร็จได้ในที่สุด

3. ลักษณะมีนวัตกรรม

3.1 ความหมายของนวัตกรรม มีนักวิชาการได้กล่าวไว้ว่า

ไชยยศ เรืองสุวรรณ (2551, หน้า 14) ได้ให้ความหมายของ มีนวัตกรรมไว้ว่า วิธีการปฏิบัติใหม่ที่แปลกใหม่จากเดิม โดยอาจจะได้มาจากการคิดค้นพบวิธีการใหม่ขึ้นมา หรือมีการปรับปรุงของเก่าให้เหมาะสม และสิ่งทั้งหลายเหล่านี้ได้รับการทดลอง พัฒนาจนเป็นที่เชื่อถือได้แล้วว่าได้ผลดีในทางปฏิบัติ ทำให้ระบบก้าวไปสู่จุดหมายปลายทางได้อย่างมีประสิทธิภาพขึ้น

จรรยา วงศ์สายัณห์ (2551, หน้า 37) ได้ให้ความหมายของ มีนวัตกรรม หมายถึง ความพยายามใดจะเป็นผลสำเร็จหรือไม่ มากน้อยเพียงใดก็ตามที่เป็นไปเพื่อจะนำสิ่งใหม่เข้ามาเปลี่ยนแปลงวิธีการที่ทำอยู่เดิมแล้ว กับอีกระดับหนึ่งซึ่งวงการวิทยาศาสตร์แห่งพฤติกรรมได้พยายามศึกษาถึงที่มาลักษณะกรรมวิธี และผลกระทบที่มีอยู่ต่อกลุ่มคนที่เกี่ยวข้อง คำว่า นวัตกรรม หมายถึง สิ่งที่ได้นำความเปลี่ยนแปลงใหม่เข้ามาใช้ได้ผลสำเร็จและแผ่กว้างออกไป จนเป็นการปฏิบัติอย่างธรรมดาสามัญ

สัจดาวัลย์ สรพิมพ์ (2549, หน้า 7) ได้ให้ความหมาย มีนวัตกรรม ว่า ความคิดใหม่ รูปแบบใหม่ เทคนิคใหม่ แนวทางใหม่ ผลผลิตใหม่ ที่ได้ปรับปรุงยุค สร้างสรรค์ และพัฒนาทั้งจากการต่อยอดภูมิปัญญาใหม่ให้เกิดสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย

จากการศึกษาสรุปได้ว่าความหมายมีนวัตกรรม คือ วิธีการใหม่กว่าเดิม และพัฒนาให้เป็นที่เชื่อถือได้ พร้อมก้าวไปสู่จุดหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการประดิษฐ์คิดค้น พัฒนาการและนำเอาไปปฏิบัติ และมีความคิดใหม่ รูปแบบใหม่ เทคนิคใหม่ ผลผลิตใหม่ที่ได้นำไปประยุกต์สร้างสรรค์ พัฒนาให้เกิดประโยชน์พร้อมปรับปรุงพัฒนาศักยภาพให้ดีที่สุดในการเป็นผู้ประกอบการ

3.2 ลักษณะมีนวัตกรรม มีนักวิชาการหลายท่านกล่าวไว้ดังนี้

दनัย เทียนพุ่ม (2545, หน้า 67 – 68) ได้กล่าวถึงลักษณะมีนวัตกรรมไว้ว่า มีความสามารถในการจัดการเป็นความสามารถในการจัดการกับสิ่งที่ไม่เกิดขึ้น คุณลักษณะนี้จะสัมพันธ์ใกล้ชิดกับกระบวนการเกิดนวัตกรรม คือ นวัตกรรมจะเกิดจากความคิดสร้างสรรค์ ผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์จะจัดการสิ่งที่อยู่ในสภาพที่วุ่นวายให้เข้ารูปได้ดี

อาทิตย์ วุฒิระโร (2548, หน้า 26 – 29) ได้กล่าวถึงลักษณะมีนวัตกรรมไว้ว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะเป็นนักคิดสร้างสรรค์ คิดหาวิธีการใหม่ที่ดีกว่าเดิม (creativity) และผลิตสิ่งใหม่ที่เรียกว่า นวัตกรรม เช่น การประดิษฐ์คิดค้นเครื่องจักรหรือเครื่องมือใหม่ การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้ การแสวงหาแหล่งวัตถุดิบใหม่มาใช้ การหาหรือขยายตลาดใหม่ หรือแม้แต่หาวิธีการใหม่ที่มีประสิทธิภาพมาใช้ เป็นต้น

บรรพต วีระสัย (2549, หน้า 20) ได้กล่าวถึงลักษณะมีนวัตกรรมไว้ว่า การนำแนวความคิดใหม่หรือการใช้ประโยชน์จากสิ่งที่มีมาใช้ในรูปแบบใหม่ เพื่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ โดยอาศัยการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นรอบตัวให้เป็นโอกาสและถ่ายทอดไปสู่แนวคิดใหม่ต่อตนเองและสังคม

ไมเคิล เฟรเซอร์ส (Michal Frese, 2000, p.28) ได้กล่าวถึงลักษณะมีนวัตกรรมไว้ว่า ผู้ประกอบการเป็นผู้พัฒนาสร้างสรรค์สิ่งใหม่ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ และการดำเนินงาน เช่น โครงสร้างองค์การแบบใหม่ การกระจายสินค้าแบบใหม่ เป็นต้น

จากการศึกษาตามที่นักวิชาการกล่าวไว้ข้างต้นสรุปได้ดังนี้ ลักษณะมีนวัตกรรม คือ ต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถ ในการจัดการกับสิ่งที่ไม่เกิดขึ้น ผู้ประกอบการจะประสบความสำเร็จจะเป็นนักคิดสร้างสรรค์ คิดหาวิธีการใหม่ที่ดีกว่าเดิม และผลิตสิ่งใหม่ การประดิษฐ์คิดค้นเครื่องจักรใหม่ พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ มีการนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้ให้เกิดประโยชน์ โดยอาศัยการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นรอบตัวให้เป็นโอกาสถ่ายทอดไปสู่แนวคิดใหม่ต่อตนเองและสังคม พร้อมทั้งด้านผลิตภัณฑ์และการดำเนินงาน

4. ลักษณะการแข่งขัน

4.1 ความหมายของการแข่งขัน มีนักวิชาการได้กล่าวไว้ว่า

วีรวิฐ มาชะศิริานนท์ (2548, หน้า 8) กล่าวว่า การแข่งขัน หมายถึง มีความรู้ความสามารถ ทักษะ ทั้งทางด้านเทคนิค และด้านการบริหาร

สุรียพร สาธุกุล (2549, หน้า 20) กล่าวว่า การแข่งขัน หมายถึง ลักษณะและความรุนแรงในการแข่งขันของธุรกิจ ความได้เปรียบเสียเปรียบทางด้านต้นทุนการบริการการตอบสนองความต้องการของลูกค้าทำได้ดีกว่าคู่แข่งอื่น เป็นต้น

อุไรวรรณ บุญอาจ, และไพรินทร์ แย้มจินดา (2549, หน้า 14) กล่าวว่า การแข่งขัน หมายถึง ผู้ประกอบการต้องปรับกลยุทธ์การแข่งขันตลอดเวลา เพราะระบบการค้าเสรีผู้บริโภค

มีสิทธิ์เลือกซื้อสินค้าได้ตามความต้องการ โดยจะต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ครองตลาดเป้าหมาย นอกจากนี้ต้องประเมินความสามารถของกลุ่มแข่งขัน เพื่อให้สามารถตัดสินใจเกี่ยวกับราคา คุณภาพ ปริมาณ และช่องการจัดจำหน่ายได้เหมาะสม

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2551, มกราคม 5) กล่าวว่า การแข่งขัน หมายถึง มุ่งมั่นในด้านต้นทุนการผลิตการตลาด ผู้ประกอบการต้องคิดต้นทุนให้รอบคอบ และตั้งราคาขายให้ต่ำกว่าคู่แข่งกับตนเอง วิเคราะห์ความสามารถของตนเองให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม เมื่อพบจุดด้อยผู้ประกอบการต้องพัฒนาให้มีคุณภาพมากขึ้น พยายามทำให้สิ่งที่เป็นจุดด้อยเป็นจุดเด่นขึ้นมาแข่งขันด้านภาพลักษณ์ และความเชื่อของลูกค้าที่มีต่อสินค้าหรือกิจการต้องความสามารถของกลุ่ม และพยายามสร้างภาพพจน์ที่ดีให้ลูกค้าประทับใจ

แมตฟรานซิส, และกุกิน (Frances, & McGuckin, 2007, p. 18) กล่าวว่า การแข่งขัน หมายถึง มีทักษะในการประยุกต์เทคโนโลยี ธุรกิจในปัจจุบันต้องดำเนินการอย่างรวดเร็วและอาศัยเทคโนโลยีเนื่องจากเวลาเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ ธุรกิจจำเป็นต้องพึงจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ บุคคลส่วนใหญ่ใช้เทคโนโลยีแทนการใช้โทรศัพท์

จากการศึกษาสรุปได้ว่าความหมายการแข่งขัน คือ ผู้ประกอบการต้องคิดต้นทุนให้รอบคอบ และตั้งราคาขายให้ต่ำกว่าคู่แข่งกับตนเอง วิเคราะห์ความสามารถของตนเองให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม พยายามทำให้สิ่งที่เป็นจุดด้อยเป็นจุดเด่นขึ้นมาแข่งขันด้านภาพลักษณ์ และความเชื่อของลูกค้าที่มีต่อสินค้า มีทักษะทางเทคนิค และการบริหาร ผู้ประกอบการต้องปรับกลยุทธ์การแข่งขันตลอดเวลา พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ครองตลาดเป้าหมายเสมอ

4.2 ลักษณะการแข่งขัน นักวิชาการหลายท่านกล่าวไว้ดังนี้

เดือนเด่น นิคมบริรักษ์ (2548, หน้า 22) ได้กล่าวถึงลักษณะการแข่งขันในรูปแบบนโยบายการแข่งขันทางการค้า คือ นโยบายที่มุ่งส่งเสริมการแข่งขันที่เสรีและเป็นธรรม โดยไม่เลือกปฏิบัติระหว่างผู้ประกอบการขนาดเล็กหรือใหญ่ บริษัทต่างชาติหรือบริษัทไทย รวมถึงนโยบายการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ นโยบายการกำกับดูแลบริการสาธารณูปโภคพื้นฐาน ตลอดจนนโยบายการค้าและการลงทุน

พงษ์ ผาวิจิตร (2551, หน้า 22) ได้กล่าวถึงลักษณะการแข่งขันไว้ว่าในสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงและเข้มข้นของโลกไร้พรมแดน ก่อตั้งให้องค์กรเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน สรรหานวัตกรรมใหม่ในทางธุรกิจ เพื่อสร้างให้ลูกค้าเกิดพฤติกรรมใช้สินค้าหรือบริการ นวัตกรรมเป็นเครื่องมือใหม่ทางยุทธศาสตร์ของการแข่งขันทางธุรกิจในยุคดิจิทัลหลังจาก ยุทธศาสตร์เดิมเริ่มเสื่อม ทั้งหลักการตลาด การสร้างความแตกต่าง กฎระเบียบ ข้อกีดกันทางการค้า

เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ (2551, มิถุนายน 18) ได้กล่าวถึงลักษณะการแข่งขันไว้ว่า การแข่งขันทางธุรกิจ มุ่งเน้นการเอาชนะคู่แข่งด้วยการผลิตสินค้าที่มีความล้ำหน้าทันสมัย และผลักดันให้เป็นขีดความสามารถหลักของคน (Core competency) เมื่อสินค้ามีคู่แข่ง ผลิตสินค้าที่เหมือนหรือคล้ายคลึงกันออกมามากขึ้น สินค้าจะมีลักษณะเป็นสินค้าทั่วไปมากขึ้น มี

ความแตกต่างน้อยลงจึงเป็นตลาดที่อึดตัวในที่สุด การแข่งขันทางธุรกิจของสินค้าจะมุ่งเน้นไปที่การแข่งขันด้านราคา และไม่เกิดการเติบโตทางผลกำไร ซึ่งเป็นสถานการณ์ที่ผู้ประกอบการธุรกิจทุกประเภทพยายามหลีกเลี่ยง

ธีระวัฒน์ พุทธางกูร (2552, หน้า 15) ได้กล่าวถึงลักษณะการแข่งขันไว้ว่า ลักษณะการแข่งขันเป็นที่ทราบในทุกภาคส่วนของอุตสาหกรรม ทั้งในระดับโลกและระดับประเทศมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง จนทำให้ทุกภาคส่วนของอุตสาหกรรมต่างนำกลยุทธ์มาใช้ทั้งเรื่องของผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ การตลาด และประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ธุรกิจก้าวขึ้นไปอีกระดับหนึ่ง หากมองในภาพที่ดีเป็นไปได้ว่า การแข่งขันกันอย่างรุนแรงเช่นนี้ก่อให้เกิดประโยชน์กับบริษัท ในทางตรงในเรื่องของรายได้และผลประกอบการ แต่ในทางอ้อม การแข่งขันกันอย่างรุนแรง ไม่เพียงจะทำให้กลุ่มอุตสาหกรรมขนาดเล็กถูกตัดคอน และตัดขาดไปจากตลาดหากบริษัทไม่มีเงินทุนพอ

ไมเคิล เฟรเซอร์ส (Michal Frese, 2000, p.28) ได้กล่าวถึงลักษณะการแข่งขันไว้ว่า ลักษณะการแข่งขัน คือ ผู้ประกอบการต้องมีลักษณะด้านความก้าวร้าวในการแข่งขัน เนื่องจากมีธุรกิจบางกลุ่มยังมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง

จากการศึกษาตามที่นักวิชาการหลายท่านได้กล่าวไว้ข้างต้นพอสรุปได้ดังนี้ ลักษณะการแข่งขันทางธุรกิจมุ่งส่งเสริมการแข่งขันที่เสรีและเป็นธรรม โดยไม่เลือกปฏิบัติระหว่างผู้ประกอบการขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ มุ่งเน้นที่จะชนะคู่แข่งด้วยการผลิตสินค้าที่มีความล้ำหน้าทันสมัย เพื่อให้สินค้าของตนเองให้ยาวนานที่สุด เมื่อสินค้ามีคู่แข่ง ผลิตสินค้าที่เหมือนหรือคล้ายคลึงกันออกมามากขึ้น สินค้าเหล่านั้นจะมีลักษณะเป็นสินค้าทั่วไปมากขึ้น มีความแตกต่างน้อยลงเป็นตลาดที่อึดตัว เข้าสู่การแข่งขันจะมุ่งเน้นไปที่การแข่งขันด้านราคา และไม่เกิดการเติบโตทางผลกำไร ซึ่งเป็นสถานการณ์ที่ผู้ประกอบการธุรกิจทุกประเภทพยายามหลีกเลี่ยง แนวทางแก้ปัญหาของผู้ประกอบการหลังจากที่การแข่งขันทางธุรกิจคือคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งต้องใช้การวิจัยและพัฒนา รวมทั้งการลงทุนที่สูง

5. ลักษณะการเรียนรู้

5.1 ความหมายของการเรียนรู้ มีนักวิชาการได้กล่าวไว้ว่า

ธงชัย สันติวงษ์ (2548, หน้า 135) กล่าวว่า การเรียนรู้ หมายถึง บุคคลเมื่อได้เรียนรู้สิ่งใดจะเลือกรับรู้ในสิ่งนั้น บางครั้งข้อมูลไม่เพียงพอแต่ผลการเรียนรู้สามารถทำให้บุคคลนั้นสามารถรับรู้ได้อย่างถูกต้อง

อาภิตย์ วุฒิละโร (2548, หน้า 40 – 45) กล่าวว่า การเรียนรู้ หมายถึง การนำเอาความรู้ประสบการณ์ และผลสะท้อนที่เกิดจากการปฏิบัติงานในอดีต นำมาประยุกต์ใช้กับการทำงานในปัจจุบันและอนาคต มุ่งไปสู่การทำงานที่ดีกว่าเดิม

จิระภา สุขเกษม (2549, หน้า 30) กล่าวว่า การเรียนรู้ หมายถึง การไม่ย่อท้อต่อความล้มเหลวที่อาจเกิดขึ้นในการทำงาน ความพร้อมที่จะต่อสู้กับอุปสรรค ไม่อยู่กับอดีตที่

ล้มเหลว เพราะผู้ประสบความสำเร็จจะเป็นผู้ที่มีความพยายาม มีความสม่ำเสมอในการทำงาน งานทุกอย่างสำเร็จด้วยการกระทำ ไม่ใช่ความคิดแต่เพียงอย่างเดียว

นรินทร์ ศรีสว่าง (2549, หน้า 23 – 24) กล่าวว่า การเรียนรู้ หมายถึง ความมุ่งหวัง ความต้องการ และการใช้วิธีการต่างๆ ที่ถูกต้องและเหมาะสมในการมุ่งแสวงหาความรู้ ประสบการณ์ และความเข้าใจสิ่งต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อตนเองมีความรู้ความสามารถในเรื่องรานั้นสามารถรู้เข้าใจและปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง มีประสิทธิภาพเป็นการเพิ่มพูนความรู้ สติปัญญา ทำให้เป็นบุคคลมีเหตุผล มีความรับผิดชอบ มั่นใจในตนเองได้

สุรียพร สาณกุล (2549, หน้า 15) กล่าวว่า การเรียนรู้ หมายถึง ความอดทน และฟันฝ่าอุปสรรคและบริหารงานให้บรรลุเป้าหมาย การปฏิบัติงานหรือหน้าที่อื่น หากขาดความอดทนแล้วการจะประสบความสำเร็จจะเป็นเรื่องยากเช่นกัน

จากการศึกษาสรุปได้ว่าความหมายการเรียนรู้ คือ การเรียนรู้สิ่งใหม่และจะเลือกรับรู้อื่นนั้น นำความรู้ประสบการณ์ที่เกิดจากการปฏิบัติงานมาประยุกต์ใช้ในการทำงาน ทั้งในปัจจุบันและอนาคต ไม่ย่อท้อต่อความล้มเหลว ผู้ประสบความสำเร็จเป็นผู้ที่มีความพยายาม เพื่อตนเองมีความรู้ความสามารถในเรื่องนั้น เข้าใจและปฏิบัติได้ถูกต้อง เป็นการเพิ่มพูนสติปัญญา ทำให้เป็นผู้มีเหตุผล มีความรับผิดชอบ มั่นใจตนเองดี

5.2 ลักษณะการเรียนรู้ มีนักวิชาการหลายท่านกล่าวไว้ดังนี้

อาทิตย์ วุฒิศโร (2548, หน้า 11 - 12) กล่าวว่า ลักษณะการเรียนรู้ คือ การเรียนรู้จากประสบการณ์เป็นผู้ค้นหาข้อเท็จจริงจากผลสะท้อน (feed back) ของการดำเนินงาน แล้วนำไปปรับปรุงการทำงาน นอกจากนั้นผู้ประกอบการยังเรียนรู้ประสบการณ์การทำงานในอดีตของบุคคลอื่น ด้วยเหตุนี้ ผู้ประกอบการจึงมีแนวโน้มที่จะเป็นคนที่มีความคิดและยืดหยุ่นไม่ยึดแน่นกับแผนงานหรือโครงการที่ได้วางแผนไว้ พร้อมทั้งจะเปลี่ยนการทำงานให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป

สมปอง ชาวสมบูรณ์ (2549, หน้า 25) กล่าวว่า ลักษณะการเรียนรู้ คือ ลักษณะของบุคคลที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมต้องมีความสนใจในการเรียนรู้ ไม่ย่อท้อหรือพุดจากกล่าวหาบุคคลอื่น บุคคลต้องเรียนรู้เมื่อได้รับการส่งเสริมจากกระบวนการเรียนรู้

แมคคอม (Makcome, 2004) กล่าวว่า ลักษณะการเรียนรู้ คือ ลักษณะบุคคลที่ชอบการชี้แนะด้วยตนเอง (self-direction) มีประสบการณ์เป็นทรัพยากรการเรียนรู้ที่ทรงคุณค่าแบบมีส่วนร่วม (active participation) ประสบการณ์ควรจะนำมาใช้การจัดการฝึกอบรมเรียนรู้ทักษะและใฝ่หาความรู้ให้เพิ่มขีดความสามารถของคนในการทำงาน

ไมเกิล เฟรเซอร์ส (Michal Frese, 2000, p.50) กล่าวว่า ลักษณะการเรียนรู้ คือ มีความเข้าใจถึงลักษณะการเรียนรู้ที่มีภาวะผู้นำ ประสบการณ์ เรียกร้องความสนใจ และนับถือกันให้มีความแตกต่างและมีขีดความสามารถที่จะทำให้บุคคลอื่นเรียนรู้มากขึ้น

จากการศึกษาตามที่นักวิชาการได้กล่าวไว้ข้างต้นพอสรุปได้ดังนี้ ลักษณะการเรียนรู้ คือ ต้องมีการเรียนรู้ประสบการณ์เป็นผู้ค้นหาผลสะท้อนของการดำเนินงาน และนำไปปรับปรุงในการทำงานของบุคคลในอดีต และบุคคลอื่น มีแนวโน้มไม่ยึดติดกับแผนงานที่ได้วางแผนไว้ พร้อมเปลี่ยนแปลงให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง

6. ลักษณะความสำเร็จ

6.1 ความหมายของความสำเร็จ มีนักวิชาการได้กล่าวดังนี้

กัตญญู หิรัญญสมบุรณ์ (2547, หน้า 10) กล่าวว่า ความสำเร็จ หมายถึง มุ่งมั่นทะเยอทะยานที่จะประสบความสำเร็จ โดยได้กำไรจากการประกอบการลงทุนในการทำงาน ผู้ประกอบการต้องมีความรู้สึกประสบความสำเร็จในชีวิต เป็นพลังผลักดันให้ผู้ประกอบการลุกขึ้นมาดำเนินการให้บรรลุเป้าหมาย โดยความต้องการนั้นไม่เหมือนกับบุคคลอื่น จากนั้นต้องอดทนกับอุปสรรคที่เข้ามาอย่างต่อเนื่อง

กัตญญู หิรัญญสมบุรณ์ (2548, หน้า 11) กล่าวว่า ความสำเร็จ หมายถึง ความตั้งใจและมีวินัยในการทำงาน ความสำเร็จเกิดจากความพากเพียรเสมอ ซึ่งต้องเกิดจากผู้ประกอบการที่มีนิสัยขยันหมั่นเพียร และการปฏิบัติเป็นแบบอย่างที่ดีแก่พนักงานคนอื่น

วีรวิธ มาฆะศิริานนท์ (2548, หน้า 40) กล่าวว่า ความสำเร็จ หมายถึง ความเพียรพยายามปฏิบัติไปตลอดชีวิต การเป็นเจ้าของกิจการที่ประสบความสำเร็จ และเปี่ยมไปด้วยพลังความคิดสร้างสรรค์อยู่ตลอดเวลา จะประสบผลสำเร็จได้

ไมเคิล เฟรเซอร์ส (Michal Frese, 2000, pp. 18 – 25) กล่าวว่า ความสำเร็จ หมายถึง ผู้ประกอบการมีความต้องการประสบความสำเร็จ เพื่อการค้นหไปสู่ความสำเร็จ

จากการศึกษาสรุปได้ว่าความหมายความสำเร็จ คือ ความตั้งใจเพียรพยายามดำเนินธุรกิจให้ก้าวหน้า พยายามสร้างสรรค์สิ่งใหม่ตลอดเวลา อดทน และบริหารกิจการให้เป็นเข้าใจกฎระเบียบการปฏิบัติงานให้ถูกต้อง ปราศรัยกับลูกค้าและคู่แข่งอย่างสันติเพื่อผลกำไรของกิจการที่ลงทุนให้ประสบความสำเร็จทางธุรกิจได้

6.2 ลักษณะความสำเร็จ มีนักวิชาการหลายท่านกล่าวไว้ดังนี้

อาทิตย์ วุฒิศะโร (2548, หน้า 26 – 29) กล่าวว่า ลักษณะความสำเร็จ คือ ต้องมีการทำงานให้เต็มที่เท่าที่ความสามารถและสติปัญญาจะเอื้ออำนวย เพื่อความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะวางแผนการทำงานและตั้งมาตรฐานการทำงานสำหรับตนเองสูง แล้วทำอย่างเข้มข้นจนกระทั่งสำเร็จ ในทางธุรกิจจุดมุ่งหมายที่ประสบผลสำเร็จ คือ การสร้างความเจริญให้กับธุรกิจ

ดนัย เทียนพุก (2549, หน้า 67 - 68) กล่าวว่า ลักษณะความสำเร็จ คือ ต้องมีความปรารถนาความสำเร็จ และเป็นแรงผลักดันให้เกิดการทุ่มเทเพื่อมุ่งสู่เป้าหมาย

มิชิตา จำปาเทศ (2551, หน้า 1) กล่าวว่า ลักษณะความสำเร็จ คือ ขอบเขต หน้าที่การตัดสินใจและการลงมือปฏิบัติในส่วนที่งานรับผิดชอบให้ประสบความสำเร็จได้

เรวัต ดันดยานนท์ (2552, หน้า 61) กล่าวว่า ลักษณะความสำเร็จ คือ การมี วิสัยทัศน์ของผู้ประกอบการจะประสบความสำเร็จในทิศทางใดต้องมีจุดแข็ง จุดอ่อน ภายในกิจการ ของตนเอง โดยเฉพาะสินค้าหรือบริการว่าอยู่ในสภาพใด ทั้งในด้านความทันสมัย ความหลากหลาย คุณสมบัติ มีการพัฒนาธุรกิจให้มีความก้าวหน้า และความสามารถในการผลิตซึ่งเป็นจุดสำคัญ ทำให้เห็นจุดแข็ง จุดอ่อนของกิจการได้ มองประเด็นด้านประสิทธิภาพ ต้นทุน ความสามารถในการ ขยายกำลังการผลิตต้องมีความคล่องตัว มีความสามารถในด้านการตลาด มีนโยบายหรือกล ยุทธ์ที่ชัดเจน สามารถใช้พัฒนาการแข่งขันให้เท่ากันและเหนือกว่าคู่แข่งได้อย่างรวดเร็ว

จากการศึกษาตามที่นักวิชาการหลายท่านได้กล่าวไว้ข้างต้นพอสรุปได้ดังนี้ ลักษณะความสำเร็จ คือ การทำงานให้ดีเลิศเท่าที่ความสามารถและสติปัญญาจะเอื้ออำนวย เพื่อ ความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ มีทิศทางจุดแข็ง จุดอ่อนภายในกิจการของตนเอง ทั้งด้าน สินค้าบริการที่มีความทันสมัย สามารถจะประสบความสำเร็จได้ในการเป็นผู้ประกอบการ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งงานวิจัย ภายในประเทศและงานวิจัยต่างประเทศ ซึ่งจะนำเสนอลำดับ ดังนี้

1. งานวิจัยในประเทศ

วรรณ ฉายะวัฒน์ (2544, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องคุณลักษณะผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ และความสำเร็จของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดย่อมในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล จากการศึกษาโดยใช้ลักษณะผู้ประกอบการตามแนวคิดของไมเคิล เฟรเซอร์ส พบว่า คุณลักษณะทั้ง 6 ลักษณะ ประกอบด้วย ลักษณะกล้าเสี่ยง ลักษณะความเป็นตัวของตัวเอง ลักษณะมีนวัตกรรม ลักษณะการแข่งขัน ลักษณะการเรียนรู้ ลักษณะ ความสำเร็จ นอกจากนี้ได้ทำการศึกษาปัจจัยในด้านความรู้ในวิชาชีพและประสบการณ์ผล การศึกษาพบว่า คุณลักษณะผู้ประกอบการด้านความมั่นคงและใส่ใจในการเรียนรู้มี ความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จ ในด้านการดำเนินธุรกิจ จากความสัมพันธ์ที่มีต่อ ความสำเร็จผู้ประกอบการ สามารถนำไปสร้างสมการความสัมพันธ์เพื่อทำนายความสำเร็จ ผู้ประกอบการได้ ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญมี ความสัมพันธ์กับความสำเร็จ โดยพบลักษณะความมั่นคงและใส่ใจในการเรียนรู้ และ ประสบการณ์ในการบริหาร มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จ ดังนั้น ควรนำผลการวิจัยที่ ได้ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาบุคลากร เพื่อส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ โดยนำไป ประยุกต์ใช้ในด้านต่าง ๆ ดังนี้ 1) ด้านการคัดเลือกผู้ประกอบการ 2) การพัฒนาผู้ประกอบการ 3) การส่งเสริมผู้ประกอบการ และ 4) การสร้างบุคลากรเพื่อรองรับความเติบโตของอุตสาหกรรม

สุทธิ เอกะหิตานนท์ (2547, บทคัดย่อ) ได้วิเคราะห์รูปแบบการจัดการและปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อความสำเร็จก้าวหน้าของอุตสาหกรรมขนาดย่อมในภาคเหนือ โดยศึกษาจากสถานประกอบการในภาคเหนือ โดยใช้ตัวแทน 4 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ นครสวรรค์ อุตรดิตถ์ และตาก ใช้กลุ่มตัวอย่าง 636 ตัวอย่าง ผลการวิจัย พบว่า 1) รูปแบบอุตสาหกรรมขนาดย่อม ส่วนใหญ่จะดำเนินกิจการ โดยผู้รับผิดชอบในการดำเนินกิจการ มีลูกจ้างต่ำกว่า 50 คน ยอดขายเฉลี่ยปีละ 5 ล้านบาท เงินทุนส่วนใหญ่มาจากการกู้ยืม มีการจัดทำบัญชี และมีการแบ่งหน้าที่ในการดำเนินงาน 2) รูปแบบของผู้บริหาร ส่วนใหญ่เป็นทั้งเจ้าของและผู้จัดการ การศึกษาระดับประถมศึกษาถึงมัธยมศึกษา มีประสบการณ์ทางธุรกิจเกิน 5 ปี พอใจในผลตอบแทน มีการปกครองบังคับบัญชา สังเกตทุกข์สุขของลูกจ้าง มีการวางแผนในการทำธุรกิจ และ 3) ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินกิจการ คือ ตลาดในการขายสินค้า การขาดเงินทุนหมุนเวียน การขาดความรู้เกี่ยวกับการจัดการธุรกิจ และไม่สามารถดูแลกิจการได้อย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ

จิระศักดิ์ วิดตะ (2547, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาคูณลักษณะของผู้ประกอบการสาขาอุตสาหกรรมการผลิตและบริการในทศวรรษหน้า เป็นกรณีศึกษาเฉพาะสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงบรรยาย (descriptive research) โดยใช้เทคนิคการวิจัยอนาคตแบบ อีดีเอฟอาร์ (Ethnographic Delphi Future Research) กลุ่มตัวอย่างคือผู้บริหารของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ จำนวน 5 ราย นักวิชาการ 6 ราย และผู้ประกอบการอาชีพส่วนตัว ผู้ประกอบการมีจำนวน 22 ราย รวมทั้งสิ้น 33 ราย ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิมีความเห็นว่า ผู้ที่จะประสบความสำเร็จ ในการประกอบอาชีพผู้ประกอบการ จะต้องเป็นบุคคลที่มีทัศนคติที่ดีต่อการประกอบอาชีพอิสระ มีแรงบันดาลใจอยากประกอบอาชีพส่วนตัว มีความต้องการอย่างแรงกล้าที่จะเห็นตนเองประสบความสำเร็จ ความรับผิดชอบสูง มั่นใจในความรู้ความสามารถของตนเอง รู้จักประเมินความเป็นไปได้ของธุรกิจก่อนการตัดสินใจดำเนินการ มีลักษณะเป็นผู้หน้า มนุษย์สัมพันธ์ดี มีความรู้ความสามารถในวิชาชีพและต้องมีทุนขั้นแรกเพียงพอที่จะเริ่มดำเนินกิจการได้

สมพร โพธิ์อยู่ (2547, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องกระบวนการเป็นผู้ประกอบการพบว่า กระบวนการเป็นผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จ มี 4 ขั้นตอน คือ ขั้นที่หนึ่งการเริ่มต้นเข้าสู่อาชีพ ขั้นที่สอง การเรียนรู้และปรับตัวการเป็นผู้ประกอบการ ขั้นที่สามการก่อตั้งกิจการ และขั้นที่สี่ การพัฒนากิจการ และขั้นตอนการเริ่มต้นเข้าสู่อาชีพประกอบด้วยคุณลักษณะและเงื่อนไขสำคัญของความเป็นผู้ประกอบการ คือ ความต้องการความเป็นผู้นำ ความเป็นอิสระ ความคาดหวังจากครอบครัวและฐานะดั้งเดิมไม่ดี ในขั้นตอนการเรียนรู้และการปรับตัวการเป็นผู้ประกอบการมีคุณลักษณะคือ มีบุคลิกภาพพึ่งพาตนเอง คิดค้น ลุยงานและมีความคิดสร้างสรรค์ ในขั้นตอนการก่อตั้งกิจการและดำเนินการมีคุณลักษณะ คือ ความพร้อมในลักษณะส่วนตัวการมีทรัพยากรอย่างเอื้อประโยชน์โอกาสทางธุรกิจ ความน่าเชื่อถือ ความซื่อสัตย์ คำมั่นถึงคุณภาพของงาน ความมีไหวพริบ และมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น และในขั้นตอนการพัฒนาและขยายกิจการมีองค์ประกอบ คือ การพัฒนา

เครือข่ายและแสวงหากิจการใหม่ การแสวงหาเกียรติยศทางสังคม การหาผู้สืบทอดกิจการ การไม่หยุดนิ่ง มีไฟตลอดเวลา มีสายตาไกล มองเห็นและสู่ผลประโยชน์

วรพงษ์ ศรีวงศ์กุล (2547, หน้า 37-44) ได้ศึกษาเรื่องคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมีคุณลักษณะคือ บิดา มารดา เป็นชาวต่างชาติหรือตนเองเป็นชาวต่างชาติ มีแรงบันดาลใจต้องการความสำเร็จในชีวิต มีโอกาสทางธุรกิจ สามารถปรับตัวได้ดีตามโอกาสทางเศรษฐกิจ มีความเข้าใจความต้องการของลูกค้า และเข้าใจลูกจ้าง มองอนาคตอย่างสดใส ใช้สิ่งแวดล้อมให้เป็นประโยชน์ และมีการตั้งเป้าหมายของชีวิตและมีการวางแผนอย่างเป็นระบบ

ปราโมทย์ เจนการ (2548, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ ผลการวิจัย พบว่า คุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการสามารถจำแนกได้สองลักษณะคือ ลักษณะหนึ่ง การศึกษาเปรียบเทียบภายในกลุ่มผู้ประกอบการ พบว่า พื้นฐานทางเศรษฐกิจสังคมผู้ประกอบการ เมื่อเปรียบเทียบกับบุคคลทั่วไปแล้วอยู่ในระดับต่ำ ส่วนมากจะมีชีวิตลำบากมาเมื่อเยาว์วัย เช่น ต้องทำมาหาเลี้ยงชีพเองตั้งแต่เล็ก มียกเว้นบ้างสำหรับผู้ประกอบการทางด้านการศึกษาเท่านั้นที่มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคมระดับกลาง งานวิจัยหลายเรื่อง พบว่า ผู้ประกอบการจำนวนมากเป็นชนกลุ่มน้อย หรือชาวต่างชาติ เนื่องจากชนกลุ่มน้อยในแทบทุกประเทศมีความรู้สึกถูกทอดทิ้ง เป็นแรงผลักดันให้มีความมานะพยายามในด้านคุณลักษณะทางจิตใจ ลักษณะที่สอง เป็นการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างบุคคลอาชีพอื่น เช่น ผู้จัดการ บริษัท ประชาชนทั่วไป พนักงานองค์การที่ได้รับรายได้ในรูปของเงินเดือน และกลุ่มนักศึกษา ผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการมีคุณลักษณะโดยทั่วไปแตกต่างจากกลุ่มบุคคลอาชีพอื่น กล่าวคือ มีระดับสูงมากในด้านแรงจูงใจที่ต้องการความสำเร็จในชีวิตความเชื่อเกี่ยวกับความสามารถในการควบคุมตนเอง การกำหนดจุดมุ่งหมายแห่งชีวิตของตนเองการแสวงหาแนวทางแห่งชีวิตที่ดีกว่าตลอดเวลา ความตื่นตัวพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งที่ดีกว่าความมั่นใจในตนเอง รวมทั้งการมีลักษณะอนุรักษนิยมน้อยกว่า เป็นต้น

สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกร (2548, หน้า 235 - 243) ได้ศึกษาเรื่องลักษณะและความต้องการการฝึกอบรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคใต้ โดยผู้ศึกษาเลือกใช้กลุ่มตัวอย่างใน 3 จังหวัด คือ จังหวัดสงขลา สุราษฎร์ธานี และภูเก็ต เนื่องจากจังหวัดทั้ง 3 เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจที่สำคัญ และสามารถสะท้อนภาพการดำเนินธุรกิจในภาคใต้เก็บข้อมูลประกอบด้วย จังหวัดสงขลา 93 ตัวอย่าง จังหวัดสุราษฎร์ธานี 80 ตัวอย่าง และภูเก็ต 80 ตัวอย่าง รวม 253 ตัวอย่าง ผลการศึกษา พบว่า 1) ลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคใต้มีลักษณะ ได้แก่ มีลักษณะเฉพาะของกิจการในแต่ละจังหวัด ผู้ประกอบการยังไม่ได้นำการจัดการสมัยใหม่มาใช้ในธุรกิจ อุปสรรคสำคัญในการดำเนินธุรกิจ คือ ความไม่แน่นอนของธุรกิจเนื่องมาจากสภาพฤดูกาล และลักษณะธุรกิจ ผู้ประกอบการเชื่อว่าความสำเร็จของกิจการได้จากชื่อเสียงของธุรกิจที่สามารถสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า

ลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จคือ ความรู้ในงานมนุษย์สัมพันธ์ ความสามารถตัดสินใจ ความคิดสร้างสรรค์ และการทำงานมีระบบ ผู้ประกอบการเชื่อว่าทำเลที่ตั้งเป็นจุดเด่นสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ และมีผู้ประกอบการฝึกอบรมเพียงร้อยละ 60 ที่สามารถระบุได้ว่าอะไร คือ จุดค้อยของกิจการของตนเอง 2) ความต้องการฝึกอบรม ผู้ประกอบการต้องการฝึกอบรมหัวข้อ การตลาด การจัดการ การผลิต การบัญชี การเงิน ทั้ง ๆ ที่ให้ความสำคัญกับหัวข้อต่างๆ ในระดับน้อยมากถึงปานกลาง 3) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยพบว่า จังหวัด ประเภทธุรกิจ ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ ผู้ก่อตั้งกิจการ ผลกระทบของภาวะเศรษฐกิจ ลักษณะผลกระทบของภาวะเศรษฐกิจ อนาคตของกิจการ ข้อมูลของผู้ประกอบการ สามารถอธิบายความแตกต่าง ของลักษณะและความต้องการการฝึกอบรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้

ปาริชาติ บุณยะโรจน์ (2548, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องการสร้างลักษณะผู้ประกอบการ และภูมิความรู้ความชำนาญที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม ในธุรกิจร้านขายหนังสือ โดยกลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษาจะเป็นการที่ดำเนินมากกว่า 5 ปี พบว่าภูมิความรู้ด้านวิชาชีพประสบความสำเร็จในการบริหาร มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการในธุรกิจร้านหนังสือ ในส่วนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการประกอบด้วย การวางแผนล่วงหน้า การวางแผนเฉพาะที่สำคัญการแสวงหาโอกาส และการตั้งรับมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านหนังสือ

2. งานวิจัยต่างประเทศ

วัง (Wang, 2004, pp.13-78) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพความเป็นผู้ประกอบการ เพื่อการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพ ความเป็นผู้ประกอบการ และการปฏิบัติงานของพนักงานขายชาวไต้หวัน ผลการวิจัย พบว่า 1) ความสัมพันธ์ทางบวกระหว่างบุคลิกภาพด้านความเป็นผู้ประกอบการของพนักงานขายกับการปฏิบัติงาน ผลชี้ให้เห็นว่าบุคลิกภาพความเป็นผู้ประกอบการมีความสำคัญในบริษัท และความสำคัญที่เป็นความสัมพันธ์ทางบวกกับการปฏิบัติงาน 2) เมื่อตัวแปรที่เป็นปัจจัยของการปฏิบัติงานของพนักงานขาย แรงจูงใจ ความชอบงาน เพศ และการรับรู้บทบาทเป็นตัวชี้วัดการปฏิบัติงานของพนักงานขาย บุคลิกภาพความเป็นผู้ประกอบการของพนักงานขายเป็นตัวบ่งชี้ได้ดีที่สุดของการปฏิบัติงาน 3) บุคลิกภาพความเป็นผู้ประกอบการไม่ได้เป็นโครงการสร้างมิติเดียว ประกอบด้วย 3 ลักษณะ ได้แก่ ความมั่นใจตนเอง ความสามารถด้านการขาย และความสามารถด้านการจัดการของพนักงานขายแสดงถึงความสัมพันธ์อย่างชัดเจนที่สุดต่อการปฏิบัติงาน 4) คุณลักษณะสองอย่างของบุคลิกภาพความเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ โดยตรงกับการรับรู้บทบาทของพนักงานขาย 4.1) บุคคลที่มีระดับความเชื่อมั่นตนเองสูง เพราะมีความรู้เกี่ยวกับบทบาทในองค์กรชัดเจนกว่า 4.2) เมื่อพนักงานขายมีระดับความสามารถด้านการขายสูงกว่าพนักงานมีแนวโน้มที่รู้สึกว่าการรับรู้บทบาทในองค์กรถูกละเลย

เซอีส์ (Seiz, 2004, p.98) ได้ศึกษาเรื่องคุณลักษณะทางด้านบุคลิกภาพของผู้ประกอบการระบบค่านิยม และหน่วยงานช่วยเหลือทางสังคม สำหรับการเลือกที่ตั้งหน่วยงาน จุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาทำความเข้าใจเกี่ยวกับตัวแบบระบบนิเวศ การตัดสินใจเลือกสถานที่ หน่วยงานการช่วยเหลือสังคม ตั้งแต่ระบบเล็ก ระบบกลาง และระบบใหญ่ เกณฑ์สำหรับวัดระบบใหญ่ จะศึกษาจากการเปรียบเทียบบุคคลที่ทำงานช่วยเหลือสังคมในหน่วยงานส่วนตัวเท่านั้น ผู้ปฏิบัติงานสาธารณะและรวมผู้ปฏิบัติงานที่มีความแตกต่าง ทางด้านระบบค่านิยมและลักษณะด้านบุคลิกภาพไว้เข้าด้วยกัน ผู้ปฏิบัติในหน่วยงานส่วนตัวถือว่าเป็นผู้ประกอบการโดยให้เหมือนแรงจูงใจและการอธิบายเปรียบเทียบสามกลุ่ม ที่มีลักษณะด้านบุคลิกภาพ 1) การควบคุมแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ 2) การต่อต้านมาตรฐาน 3) กล้าเสี่ยงและความคิดสร้างสรรค์ และ 4) การจำกัดความอดทน การยึดมั่นยืนกราน

พัคเก็ต (Puckett, 2006, pp.46 - 58) ได้ศึกษาเรื่องด้านคุณลักษณะด้านบุคลิกภาพของผู้ประกอบการสตรี พบว่า ปัจจุบันผู้หญิงเป็นผู้ที่มีความสามารถมีความมานะพยายามเพิ่มความเจริญงอกงามส่วนตัว มีความยืดหยุ่นและอิสระผู้หญิงสนใจที่จะเป็นผู้ประกอบการมากขึ้น และพยายามที่จะบรรลุเป้าหมาย การศึกษาครั้งนี้เก็บข้อมูล โดยเปรียบเทียบผู้หญิงที่เป็นผู้ประกอบการกับผู้หญิงที่ต้องการจะเป็นผู้ประกอบการ ทดสอบความแตกต่างนัยสำคัญทางสถิติด้วยสถิติการทดสอบ (t-test) ระหว่างสองกลุ่ม การศึกษาครั้งนี้มีแผนการวิจัยอยู่ 4 แบบ คือ เชิงปริมาณ-ทดลอง, เชิงปริมาณ - แบบพรรณนา, เชิงคุณภาพ-แบบทดลองและเชิงคุณภาพ-แบบพรรณนา (Balian) ผลการวิจัย พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้านทักษะการคาดคะเน การวางแผน ประสบการณ์ส่วนบุคคลและความสามารถพิเศษ และพบว่าผู้หญิงมีความต้องการที่เป็นผู้ประกอบการที่มีส่วนร่วมในการสัมมนา การสร้างทักษะ ความเป็นผู้นำ และการเข้าชั้นเรียนด้านการวิจัยตลาด

ชิว (Chau, 2006, pp.17 - 52) ได้ศึกษาการกำหนดจิตใจแบบผู้ประกอบการเป็นการศึกษาเพื่ออธิบายคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ การศึกษาครั้งนี้ใช้เครื่องมือคือแบบสำรวจบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ (the NEO five-factor inventory) (NEO-FFI) เพื่อกำหนดจิตใจแบบผู้ประกอบการจากการใช้แบบสอบถามจำนวน 3 ชุด ได้แก่ 1) อะไรมีอิทธิพลต่อการมีชีวิตจิตใจแบบผู้ประกอบการ (จำนวนปีที่ทำธุรกิจ จำนวนลูกจ้าง ฐานะการเงิน) 2) ข้อมูลส่วนตัวอะไรที่มีอยู่ในจิตใจแบบผู้ประกอบการ (อายุ เชื้อชาติ การศึกษา เพศ) 3) อิทธิพลอะไรทำให้มีข้อมูลส่วนตัวในจิตใจแบบผู้ประกอบการ จากแบบสอบถามทั้ง 3 ชุด มี 7 อย่างที่แยกสมมติฐานแบบไม่มีทิศทาง และคำถามปลายเปิด 2 ชุด คือ คุณลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการคืออะไร และนิยามอธิบายความสำเร็จได้อย่างไร สอบถามผู้ประกอบการจำนวน 51 คน โดยใช้แบบสำรวจบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบกับการสำรวจข้อมูลส่วนตัวที่สัมพันธ์กับความสำเร็จการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการวิเคราะห์ความคลาดเคลื่อน และสถิติการทดสอบไคสแควร์ (chi-squared) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้สมมติฐาน 4 ข้อจาก 11 ข้อ

ได้รับการการสนับสนุน ผลการวิจัย พบว่า 1) เพศเป็นมาตรย่อยของความคิดแบบผู้ประกอบการ 2) อายุที่เป็นตัวบ่งชี้ความสำเร็จจำนวนปีที่ทำธุรกิจและจำนวนลูกค้า 3) เชื้อชาติและตัวบ่งชี้ความมั่นคงทางการเงิน และ 4) เพศของผู้ประกอบการและตัวบ่งชี้ของจำนวนปีที่ทำธุรกิจ การนิยามผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ วิเคราะห์โดยใช้บุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ รวมถึงการอภิปรายผลจากการวิเคราะห์คำถามปลายเปิดด้วย

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งงานวิจัยในประเทศและต่างประเทศสรุปได้ว่า ผู้ที่จะประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพผู้ประกอบการ จะต้องเป็นบุคคลที่มีทัศนคติที่ดีต่อการประกอบอาชีพอิสระ มีแรงบันดาลใจอยากประกอบอาชีพส่วนตัว มีความต้องการอย่างแรงกล้าที่จะเห็นตนเองประสบความสำเร็จ ความรับผิดชอบสูง มั่นใจในความรู้ความสามารถของตนเอง รู้จักประเมินความเป็นไปได้ของธุรกิจก่อนการตัดสินใจดำเนินการ มีลักษณะเป็นผู้นำมนุษยสัมพันธ์ดี มีความรู้ความสามารถในวิชาชีพ และต้องมีทุนขั้นแรกเพียงพอที่จะเริ่มดำเนินกิจการได้